La Guerre
au
Commerce allemand

PAR

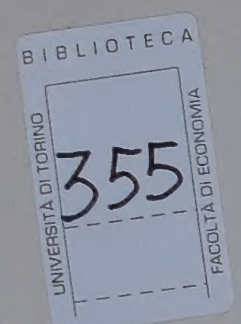
Norbert LALLIÉ
Lauréat de l'Académie française et de l'Académie des Sciences.

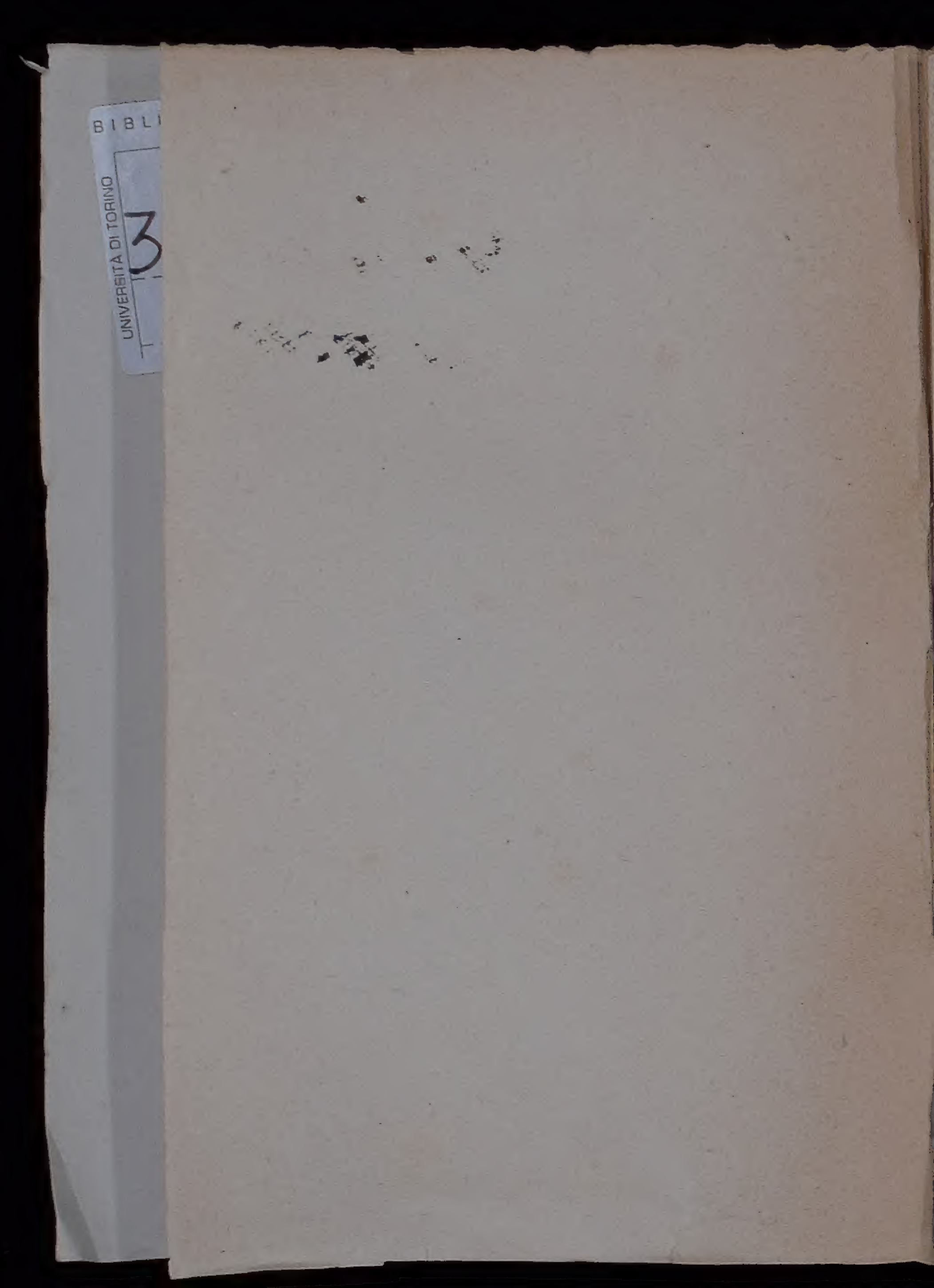
PRÉFACE DE M. L'ABBÉ E. WETTERLÉ
Ancien député au Reichstag.

L'Organisation allemande
et ses résultats

LIBRAIRIE
DE LA SOCIÉTÉ DU
RECUEIL SIREY
Anne Mson Larose et Forcel
LÉON TENIN, Directeur
22, Rue Soufflot, PARIS-5e

1918




BIBL
UNIVERSITÀ DI TORINO
3

21. III. 18

La Guerre

au

Commerce allemand

L'Organisation allemande

et ses résultats

La Guerre
au
Commerce allemand

PAR

NORBERT LALLIÉ

Lauréat de l'Académie française et de l'Académie des Sciences.

PRÉFACE DE M. L'ABBÉ E. WETTERLÉ

Ancien député au Reichstag.

L'Organisation allemande
et ses résultats

LIBRAIRIE
DE LA SOCIÉTÉ DU
RECUEIL SIREY
Ane Mson Larose et Forcel
LÉON TENIN, Directeur
22, RUE SOUFFLOT, PARIS-5e

1918

DU MÊME AUTEUR

Choses de Russie (Le nihilisme russe. L'âme russe). Un vol. in-8. E. Vitte, édit., Lyon (Couronné par l'Académie française).

Le Froid industriel et les machines frigorifiques. Un vol. in-16 illustré. J.-B. Baillière, édit. Paris.

Les moteurs agricoles. Un vol. in-16 illustré. J.-B. Baillière, édit., Paris (Couronné par l'Académie des Sciences).

Amour juré. Roman. Un vol. in-12 (épuisé).

EN PRÉPARATION :

La Guerre au Commerce allemand. *L'Organisation française.* Un vol.

Préface

Voici un excellent livre. Les renseignements précieux qu'il nous donne, en un tableau synthétique saisissant, étaient épars dans de nombreuses publications. L'auteur a eu le grand mérite de les grouper avec une impeccable méthode. On pourrait appeler son travail : le manuel de l'énergie allemande.

Pour bien combattre un ennemi, il faut connaître ses qualités et ses défauts. L'Allemand n'est pas inventif, mais il est, par nature, organisateur. Il exploite les découvertes des autres et sait en tirer d'énormes richesses. Chez lui pas ou peu d'individualisme, mais une savante coordination de l'effort collectif, une collaboration ordonnée de toutes les énergies nationales : législation, direction administrative, enseignement professionnel,

groupement des grandes associations de producteurs, souplesse des établissements de crédit.

Rien n'est abandonné au hasard dans la raison sociale que représente l'empire germanique. Gouvernement et gouvernés travaillent en commun à la prospérité nationale. Ambassadeurs et consuls se considèrent comme des agents commerciaux. L'empereur lui-même se vante d'être avant tout le chef suprême de la firme allemande.

Tous les succès du mercantilisme germanique s'expliquent par cette collaboration de tous au bien-être commun.

L'Allemand est essentiellement grégaire. Il a la discipline dans les moelles. Il ne comprend pas l'action individuelle. L'association lui est indispensable pour donner la mesure de sa force. L'éducation qu'on lui donne à l'école et à la caserne développe encore sa passivité. De là l'étonnante adaptation des masses populaires, comme aussi des cercles dirigeants, aux méthodes rigides de l'action collective.

Sous ce rapport, le Latin individualiste n'arrivera jamais à rivaliser avec le descendant des Germains, et il n'y a pas lieu de s'en affliger. Par contre, que d'enseignements à tirer de l'organisa-

tion allemande, de cette organisation qu'on pourrait réaliser chez nous tout en lui laissant un caractère de discipline librement acceptée !

M. Lallié nous promet une nouvelle étude, où il tirera, sous le titre de « l'Organisation française », les conclusions pratiques de ce premier travail. Ce sera là une œuvre capitale. Dans le volume qu'il nous présente, nous trouvons les prémisses. Le suivant nous donnera les conclusions. Encore était-il nécessaire, avant de nous exposer un vaste programme d'action, de nous montrer ce que nos ennemis avaient su réaliser dans tous les domaines. Le résumé est, dans sa sécheresse démonstrative, d'une grande puissance. Pas de phrases, des faits. Peu de commentaires; les chiffres sont assez éloquents par eux-mêmes.

Ils seraient presque décourageants, si les dernières pages du livre ne nous disaient pas les raisons pour lesquelles notre revanche industrielle et commerciale est certaine, comme l'est également notre revanche militaire.

Cette guerre fut une épouvantable épreuve. Elle pourra devenir et elle deviendra le grand artisan du relèvement économique des pays alliés, si ceux-ci, instruits par les événements, savent s'arra-

cher, comme tout permet de l'espérer, à la paralysante routine. L'Allemagne a failli asservir l'univers, parce qu'elle avait compris la nécessité de coordonner toutes les énergies nationales. A ses victimes désignées de tirer, de cette terrible leçon de choses, les enseignements qu'elle comporte.

E. Wetterlé.

L'organisation allemande
et ses résultats.

I

L'Organisation allemande.



A notre époque, on juge au point de vue utilitaire les hommes et les choses. On admet que la puissance d'une nation dépend surtout de ses richesses, de sa vitalité économique, de l'ampleur de son expansion industrielle et commerciale.

L'Allemagne, considérée sous cet angle, paraît avoir mis en valeur ses énergies avec un rendement des plus remarquables. Son exemple fournit des enseignements bons à recueillir et à broyer comme les grains d'un blé mûr pleins d'une nourrissante farine ; car l'expérience d'autrui permet, à qui sait l'interpréter, de s'approprier

immédiatement les procédés les meilleurs sans passer par le dur apprentissage des erreurs, fausses manœuvres, heurts ou blessures, qui sont des gages coûteux donnés pour l'acquisition de toute connaissance certaine et pratique.

Dans le domaine de l'économie politique, qui est par excellence celui des contingences multiples, on ne saurait trop insister sur le profit à tirer de l'examen des causes principales qui déterminent le succès d'une nation, particulièrement d'une nation rivale. D'ailleurs, comme dit très bien l'auteur des *Femmes savantes*, avec ce génial bon sens dont il est coutumier :

> Quand sur une personne on prétend se régler,
> C'est par ses beaux côtés qu'il lui faut ressembler.

S'il paraît utile de prendre le peuple allemand pour modèle, il convient de suivre et d'imiter ses manières d'agir, sans servilisme toutefois, sans rien emprunter à sa culture louche et malhonnête, tout entachée d'orgueil et de matérialisme. Avec un esprit de libre critique, loin de méconnaître les qualités et les mérites du peuple allemand, nous essayerons de les mettre en lumière, en montrant les grandes lignes de son vigoureux organisme, en indiquant ses modes de fonctionnement.

Pourquoi ne pas dire sans honte la vérité

entière, même flatteuse, sur le compte d'un ennemi que l'on hait? N'est-ce pas le devoir d'un médecin de prescrire le remède le plus efficace — bien qu'emprunté à la science étrangère — pour sauver un malade, plutôt que de le laisser mourir de langueur en continuant l'application d'un remède national, mais suranné?

Aussi bien, parmi les causes de la grandeur des Romains, Montesquieu n'a pas manqué de signaler leur aptitude à reconnaître les qualités de leurs adversaires et, au besoin, à en adopter les méthodes. Pour combattre à armes égales ou supérieures un dangereux ennemi, il faut soigneusement l'étudier. « Un ennemi dont on connaît les moyens d'action est à demi vaincu », dit Fabre, l'entomologiste, à propos des Ravageurs.

Les faits sont ici des arguments qui s'enchaînent étroitement comme les termes d'un syllogisme.

L'Allemagne est devenue, en peu d'années, une des nations les plus riches du monde ; les chiffres le prouvent.

C'est donc par sa rapide évolution admirablement adaptée aux exigences des temps présents qu'elle a acquis sa puissance commerciale et industrielle ; on verra comment elle l'a exercée sur tous les grands marchés.

De là la nécessité pour la France d'abandonner ses anciens errements, de réformer ses méthodes de manière à pouvoir lutter, avec de légitimes espérances de succès, sur le terrain économique, en mettant résolument en pratique la maxime vraiment rationnelle : *Qui veut la fin, veut les moyens.*

La puissance économique de l'Allemagne et ses richesses

Le Français, souvent d'une nature casanière, n'est pas assez curieux pour tenir constamment des fenêtres ouvertes du côté des frontières et observer ce qui se passe chez ses voisins. Durant les années qui ont précédé le grand conflit, des sentiments d'antipathie bien naturelle contre la nation ennemie nous avaient prédisposés à prêter une oreille complaisante aux opinions qui en dépréciaient la puissance et à nous endormir ensuite sur le mol oreiller de l'ignorance, sans nous soucier des salutaires avertissements.

Cependant, M. Lucien Nicot dans *L'Allemagne à Paris* (1887), M. Maurice Schwob dans *Le danger allemand* (1896) et, à la même date, M. E. Edwin Williams, en Angleterre, dans *Made in Germany*, M. Georges Blondel dans l'important ouvrage *L'essor industriel et commercial du peuple allemand* (1900), M. Tonnelat dans *L'expansion allemande* (1908), le capitaine Henri Andrillon dans *L'expansion de l'Allemagne* (1909), M. Lucien Hubert, député, dans *L'effort allemand* (1911), puis

MM. André Chéradame, Louis Bruneau, A. Mévil, Victor Cambon, André Tardieu, Léon Daudet et quelques autres, décrivaient l'organisation économique de l'Allemagne ou soulignaient le danger du Germanisme envahissant. Les cris d'alarme de ces Français clairvoyants, poussés çà et là au cours de leurs lumineuses études, n'avaient pas réussi, à la veille même de la guerre, à nous communiquer l'impression angoissante d'un orage menaçant sur le point d'éclater au delà du Rhin.

Tout à coup, le bruit du canon a réveillé les plus sourds. Une brusque et gigantesque offensive, plus encore une résistance extraordinaire et prolongée, opposée aux forces combinées des Alliés, ont démontré avec une brutale évidence que l'Empire d'Allemagne, capable d'un prodigieux effort, renfermait d'énormes ressources en tous genres très supérieures aux évaluations accréditées. Oui ! l'Allemagne est forte et riche, par sa population abondante, par les produits de son sol et de son sous-sol, par son industrie, son commerce, son outillage, par les économies de ses nationaux.

La population. — Au commencement du XIXe siècle, l'Allemagne comptait 22 millions d'habitants ; en 1840, l'ensemble des pays qui forment l'Empire actuel était moins peuplé que la France.

Puis l'excédent des naissances sur les décès, chaque année, alla en croissant. Aussi, de 41 millions d'habitants en 1870, la population passe à 45 millions en 1880; 49 millions en 1890; 56 millions en 1900; 65 millions en 1910 et 67 millions environ en 1913. Cette marée humaine a élevé son niveau de près de 50 p. 100 en moins d'un demi-siècle. L'excédent annuel moyen des naissances au cours des années 1900-1912 se chiffre par 867.322. Si l'accroissement de population en résultant s'était poursuivi suivant une semblable progression, l'Empire allemand aurait eu, vers 1950, une population de 95 millions d'habitants.

Notons une diminution concomitante et progressive de la mortalité, en particulier de la mortalité infantile. Pour 100 enfants nés viables, le coefficient 20,7 en 1901 s'était abaissé à 16,2 en 1910. Cette épargne de la vie humaine en Allemagne a des causes multiples : meilleure hygiène, conditions de salubrité améliorées dans les agglomérations ouvrières, œuvres de prévoyance et d'assistance, œuvres de patronages, instituées pour venir en aide aux filles-mères, « dont le nombre s'était développé, dit M. Lucien Hubert (1), d'une

(1) *L'effort brisé,* Paris, 1916.

façon formidable, surtout dans les grandes villes industrielles ».

L'émigration. — Une partie notable du surcroît de population alimentait un courant continu d'émigration dans les pays d'outre-mer. Les chiffres mêmes qui expriment l'importance de cet exode sont tout particulièrement significatifs. En 1881, les émigrants sont au nombre de 184.000; en 1885, de 171.000; en 1892, de 116.339 — témoignages manifestes d'une incontestable difficulté de vivre — puis le bien-être dans les classes ouvrières se généralise et s'accentue, le nombre des émigrants diminue en suivant une courbe presque régulière, tombe à 17.000 en 1897, pour se maintenir à 20.000 environ, quelques années, et décroître à nouveau avec de faibles oscillations (18.300 en 1912). « Ainsi en 1885, — le prince de Bülow (1) le remarque, — l'Allemagne procurait de moins bonnes conditions d'existence à un nombre d'habitants qui était inférieur de 20 millions au total actuel des 66 millions de sujets de l'Empire ». D'ores et déjà, on ne saurait contester que l'Allemagne est entrée dans une ère de prospérité, alors que l'industrie et le commerce fournissent à

(1) *La politique allemande,* trad. Herbette, Paris, 1914.

une population déjà assez dense une main-d'œuvre abondante et bien rétribuée. L'Allemagne devient même un pays d'immigration — immigration temporaire, il est vrai — qui amène chaque année 700.000 ouvriers agricoles, Russes, Polonais, Galiciens, dans les domaines de l'Est; des Italiens, dans les mines de Lorraine, des Polonais, dans la région rhénane-westphalienne.

Les richesses minières. — Le sous-sol renferme des richesses minières considérables. La houille, « pain de l'industrie », étend de vastes gisements dans la vallée de la Rühr, dans les bassins de la Sarre, de la Haute-Silésie et de la Saxe. La production de 92 millions de tonnes en 1892 bondit à 256 millions en 1912, 272 millions en 1913 (en comprenant les lignites), production presque égale à celle de l'Angleterre et égale au cinquième de la production mondiale. Le Bassin rhénan-westphalien fournit seul plus de 100 millions de tonnes par an. Pour donner une idée plus concrète de l'incroyable activité commerciale qui en résulte, signalons, d'après M. Albéric Néton, consul de France (1), que, durant le mois de décembre

(1) *Rapport commercial* sur les provinces du Rhin et de la Westphalie (1912).

1912, dans le district de la Rühr, 30.651 wagons, affectés au transport du charbon, ne pouvaient suffire aux exigences de l'exploitation. Ce charbon est d'excellente qualité et se prête parfaitement à la transformation en coke métallurgique; l'extraction en est facile et la journée du mineur allemand a ainsi un rendement beaucoup plus élevé que celle du mineur français.

« De la houille, dit M. L. de Launay (1), les Allemands en ont maintenant à foison, démesurément, et pour des siècles; ils en ont trop ». D'après les sondages et les derniers calculs, les réserves totales de l'Allemagne sont inépuisables; elles ne s'élèvent pas à moins de 423 milliards de tonnes (2), tandis que celles de l'Angleterre sont de 189 milliards, celles de la Russie 60, de la France 17 seulement, avec une production annuelle insuffisante de 41 millions de tonnes.

La valeur des mines de potasse, qui n'est assurément pas négligeable — nous en reparlerons — est faible en comparaison.

Le peuple allemand, en possession de combus-

---

(1) Le problème de la houille, par L. de Launay, *Revue des Deux-Mondes*, 1er septembre 1915.

(2) Comité des forges de France, *Compte rendu du Congrès de Toronto*, 1913. — *L'Allemagne et le charbon*, par Fernand Engerand, député, 1916.

tibles minéraux si prodigieusement abondants, a bientôt compris quelles sources de richesse il y trouverait non seulement par la vente ou l'emploi de la matière brute, mais aussi par l'utilisation dans les industries métallurgiques; il a ambitionné de devenir le premier forgeron de l'Europe, dans un siècle où le machinisme étend de plus en plus son action sur le monde et fournit les instruments indispensables à la puissance militaire et économique. La sidérurgie allemande dans la production de la fonte, du fer et de l'acier a fait des progrès extrêmement rapides; elle a pris une importance dont témoignent les chiffres suivants :

(En millions de tonnes).

	1892	1912	1913
	—	—	—
Fonte	4.351	17.868	19.290
Fers et aciers.....	4.123	14.556	18.950

Comme conséquence, l'industrie des machines était devenue une des grandes branches de l'activité allemande; elle avait atteint en 1913, à l'exportation, le chiffre de 593.969 tonnes.

Le commerce extérieur. — Le développement du commerce extérieur — miroir où se reflète le mieux la physionomie économique d'une nation — a été, en Allemagne, particulièrement remar-

quable. Voici quel a été le mouvement d'affaires exprimé en millions de francs :

	Matières premières	Objets fabriqués	Produits agricoles	Total du commerce
Années 1881-1891 :	—	—	—	—
Importations.........	1.850	967	1.334	4.151
Exportations.........	856	2.359	663	3.878
Déficits et excédent des exportations........	— 994	+ 1.392	— 671	— 273
Années 1910-1911 :				
Importations.........	6.765	1.841	3.615	12.221
Exportations.........	2.632	6.609	982	10.223
Déficits et excédent..	—4.133	+ 4.768	—2.633	—1.998
Année 1912 :				
Importations.........	7.354	2.010	4.001	13.365
Exportations.........	2.964	7.235	999	11.198
Déficits et excédent..	—4.390	+5.225	—3.002	—2.167

L'année 1913 a fourni un total d'exportations qui marque un nouveau progrès, soit 12 milliards 607.000 francs (10.086 milliards de marks), l'écart avec les importations étant moindre que les années précédentes.

Ces chiffres signalent l'effort victorieux de l'industrie et du commerce de l'Allemagne. Aucune nation n'a su augmenter aussi rapidement l'importance de ses affaires.

On ne manquera pas d'objecter cependant que le chiffre total des exportations est inférieur de

beaucoup à celui des importations. On peut même remarquer que l'excédent des importations de produits alimentaires sur les exportations de même nature n'a cessé de croître depuis nombre d'années. L'excédent de ces importations, s'élevant à 1.250.000 francs en 1890, dépasse 2.275.000 francs de 1905 à 1907, pour atteindre 3 milliards de francs en 1912 et croître encore en 1913. Les importations de matières premières donnent de même un gros excédent sur les exportations correspondantes ; par contre, les objets fabriqués fournissent une proportion inverse diminuant d'autant le déficit général, qui, néanmoins, dépassait 2 milliards de francs en 1912. En résumé, l'Allemagne achète plus à l'étranger qu'elle ne lui vend.

Est-ce à dire que le déficit apparent résultant de la balance commerciale est réel ? Il ne faut point se hâter de conclure. On cherche vainement en Allemagne des indices d'appauvrissement. Au contraire, on y constate des progrès constants dans le bien-être des classes populaires, l'achat à l'étranger de denrées plutôt coûteuses, qui dénotent l'aisance et le goût du luxe sous ses diverses formes : habitation, ameublement, vêtement, alimentation.

Il n'est guère possible de déterminer la fortune d'un particulier, commerçant ou industriel, d'après

ses bénéfices dans les affaires et ses dépenses, si on ne connaît point son portefeuille; on ne saurait donc prétendre chiffrer exactement la richesse d'une nation, alors qu'on doit renoncer à établir un compte de certaines entrées ou sorties de capitaux. Combien de recettes restent en marge des statistiques et échappent à tout contrôle? Comment fournir avec quelque assurance des précisions sur les recettes des compagnies de navigation et de la marine marchande provenant du transport des passagers et des marchandises dans les ports étrangers, sur les dépenses faites en pays allemand par les touristes étrangers ou les revenus de placements à l'étranger faits sous des formes diverses?

Quand on parcourt la série des rapports des consuls français et étrangers en Allemagne, on voit qu'ils ne ménagent pas leur admiration pour la prospérité industrielle et commerciale dont ils étaient des témoins impartiaux. Aussi l'Empereur Guillaume ne manquait pas de la proclamer dans un discours prononcé à Kœnisberg, le 5 février 1913 : « Les travaux féconds de la paix ont remplacé les actions guerrières, le commerce et l'industrie sont en pleine floraison, les arts et les sciences progressent. Une prospérité générale s'étend sur les villes et dans les campagnes ».

Un accroissement considérable de la richesse était nécessaire pour que l'Empire pût faire face à ses dépenses souvent très lourdes, pour permettre la construction de chemins de fer nombreux, pour creuser des ports, pour les outiller, pour multiplier les canaux qui n'étaient pas toujours des entreprises fructueuses au point de vue industriel.

La richesse de l'Allemagne. — La richesse globale de l'Allemagne était, à coup sûr, très importante. N'était-elle pas même supérieure à celle de la France? C'est l'opinion de la plupart des économistes. Dans un discours du 19 novembre 1908, le chancelier de Bülow déclarait au Reichstag que l'augmentation de la richesse totale de l'Empire était de 4 milliards de marks par an. Sir George Paish, rédacteur en chef du journal de Londres *Statist*, au cours d'une étude sur les banques allemandes, évalue les épargnes annuelles à plus de 7 milliards 500 millions. M. Carl Furstenberg, directeur de la *Berliner Handels Gesellschaft*, aux questions posées par M. Georges Bourdon (1), répondait : « La richesse de l'Allemagne s'accroît chaque année visiblement de 8 milliards de marks

(1) *L'énigme allemande*, par Georges Bourdon, Paris, 1913.

et il est permis d'estimer à une somme égale les capitaux qui, prélevés sur les bénéfices réalisés, sont employés à la construction, à l'agrandissement d'usines et autres travaux dont la fortune nationale se trouve augmentée. » Ainsi une grande partie de l'argent gagné dans les affaires, transformé en outillage, constituait une capitalisation industrielle de plus en plus considérable.

La statistique de l'impôt sur les revenus (Einkommensteuer) révèle un enrichissement progressif indiscutable. De 1892 à 1910, le nombre des personnes ayant un revenu annuel au moins de 900 marks (1.125 fr.) a triplé ; celui des personnes ayant un revenu annuel de 3.000 marks (3.750 fr.) a augmenté de 160 p. 100 ; celui des personnes ayant un revenu supérieur à 3.000 marks a augmenté de 121 p. 100. En 1896, plus des deux tiers des Allemands gagnaient moins de 900 marks ; en 1910, il n'y en avait pas même deux cinquièmes ayant un si faible revenu. Dans un calcul fait à la fin de l'année 1913, M. Pierre Leroy-Beaulieu estimait qu'on pouvait se tenir au chiffre de 39 milliards pour le total des revenus allemands et que certainement ce chiffre était plutôt au-dessous qu'au-dessus de la vérité.

L'épargne individuelle était si bien généralisée dans l'Empire qu'il se place, par l'importance de

ses dépôts, après les États-Unis, au second rang, en surpassant de beaucoup tous les autres États de l'Europe. En 1907, les dépôts effectués à 2.956 caisses d'épargne et 5.000 succursales s'élevaient déjà à près de 14 milliards de marks. Aussi bien, l'ancien directeur de la *Deutsche Bank,* le docteur Karl Helfferich, devenu depuis ministre des Finances et vice-chancelier de l'Empire, dans un opuscule publié à l'occasion du vingt-cinquième anniversaire de l'avènement de l'Empereur (1), estime que, de 1895 à 1912, le revenu des habitants de l'Empire a passé de 25 à 42 milliards et que la valeur des fortunes s'est élevée de 200 à 300 milliards de marks. Le même auteur établit ainsi le décompte des dépôts au commencement de 1914 :

Caisses d'épargne..........	22	milliards	500.000	marks.
Sociétés de crédit..........	11	»	250.000	»
Sociétés coopératives......	3	»	750.000	»

sans y comprendre l'épargne publique engagée dans des opérations à long terme : hypothèques, commandites, etc.

Dans une étude qui a eu du retentissement, le professeur Steinmann-Bucher, directeur du journal de l'industrie *Deutsche Industrie Zeitung,* affirme que la fortune de l'Allemagne n'est pas

(1) *Deutsche Wolkswohlstand,* Berlin, 1914.

inférieure à 350 milliards de marks. Certains économistes allemands portent même leurs évaluations à 372 milliards de marks ainsi répartis : 1° fortunes privées, meubles et immeubles, 220 milliards ; 2° propriétés municipales avec ou sans bâtiments, 50 milliards ; 3° propriétés rurales, valeur du terrain, 50 milliards ; 4° industrie minière privée, 6 milliards ; 5° capital allemand engagé à l'étranger et valeurs étrangères en mains allemandes, 25 milliards ; 6° mines appartenant à l'État, établissements d'État, monuments publics, ports et canaux, 15 milliards ; 7° valeurs en circulation, argent, monnaie, 6 milliards.

Ces chiffres ne sont pas, dira-t-on, à l'abri de toute critique, mais en faisant la part aussi large que l'on voudra à l'exagération, il ne reste pas moins vrai que l'Empire allemand représente une somme de ressources immenses, un bloc de richesses considérables. « Cette évaluation très vaste de la fortune allemande — M. Daniel Bellet le remarque (1) — est comme une caution, un otage pour les réparations à toucher dans un avenir plus ou moins prochain. Sans doute 350, même 330, 320 milliards, sont un chiffre bien considérable pour

---

(1) *Comment payer les frais de guerre ?* La fortune de l'Allemagne et celle des Alliés, par Daniel Bellet, Paris 1915.

la richesse allemande, mais, étant donnés le chiffre de la population et le développement énorme du pays, surtout depuis 25 ans, il ne paraît pas que 300 milliards soient notablement exagérés. Une fortune moyenne de 4.000 à 4.500 marks par habitant ne semble pas être au-dessus de la vraisemblance ».

M. Daniel Bellet n'admet pas que la richesse allemande, du fait de la guerre, soit diminuée de plus de 15 à 20 p. 100, « ce qui serait bien considérable » ; aussi sous notre victorieuse contrainte, au moment du règlement des comptes, la confédération sera parfaitement capable de payer aux alliés une forte indemnité de guerre, sans que ceux-ci aient à craindre de raser un chauve.

On en vient tout naturellement à penser que si l'Allemagne n'avait pas fait usage de la poudre sèche et de l'épée effilée, et avait persévéré dans les arts de la paix, elle aurait imposé un joug industriel et commercial de plus en plus lourd sur toutes les nations de la terre ; elle aurait justifié l'orgueilleuse devise : « Mon champ est le monde », inscrite au fronton du palais de la Compagnie de navigation la « Hamburg Amérika Linie », que proclamaient déjà par des sons assourdissants les voix des sirènes des bateaux de l'Elbe.

Des économistes ont pu dire, avant la guerre,

que la prospérité allemande avait plus de façade que de profondeur, mais l'effort actuel découvre des forces de résistance vraiment imprévues, et si cette prospérité avait dû subir des crises, elles n'auraient été que passagères ; les grands ressorts du mouvement économique n'auraient pas été brisés.

Une prospérité qui s'est affirmée pendant une longue suite d'années, surtout depuis 1885, est une preuve décisive en faveur de la valeur des moyens mis en œuvre par le peuple allemand.

Les causes générales du progrès économique en Allemagne.

Le Germain d'autrefois ne trouva point au bord de son berceau sa bouillie préparée par une bonne fée. Afin d'arracher les aliments nécessaires à sa subsistance à un sol payant mal la peine, sous un climat médiocre, il dut redoubler d'efforts; mais en même temps, il acquit des qualités d'endurance, des habitudes d'énergie patiente.

L'ancienne Prusse n'a grandi et n'a acquis sa puissance qu'au prix de luttes répétées sans cesse, et de conquêtes échelonnées au cours des siècles. En devenant le noyau de la Confédération germanique, sur laquelle elle a exercé une influence dominatrice, elle y a infusé une mentalité spéciale, tout imprégnée de tendances à l'accaparement.

Tels sont les éléments primordiaux et constitutifs du tempérament allemand, provenant de l'influence ancestrale et éminemment propres à la lutte pour la vie.

Auferre, trucidare, rapere, falsis nominibus imperium, disait Tacite en parlant des Germains.

Ce qui est caractéristique en Allemagne, c'est l'action profonde qu'ont eue, en outre, les institutions de l'État sur la formation et la direction des esprits vers des buts exactement définis. Leibnitz a dit quelque part : « L'éducation fait tout, elle fait danser les ours ». Aussi bien les dirigeants de l'Allemagne moderne, surtout depuis la guerre de 1870, profitant du prestige et de l'ascendant acquis par la Victoire, ont su imposer à la nation un système d'éducation, qui est un instrument d'autorité en même temps qu'un moyen de grouper les efforts et de les orienter pour le développement de la Patrie toujours plus grande. Ainsi, l'âme germanique réunit et concilie deux sentiments éminemment patriotiques et assez dissemblables : une soumission respectueuse envers toute autorité officielle et une orgueilleuse assurance de supériorité individuelle et collective.

Le militarisme. — L'Allemagne tout entière a été militarisée, ou, pour mieux dire, « prussianisée ». Le militarisme est pour l'Allemagne la grande école nationale. Et si la fonction que l'homme exerce le façonne et le prédispose à subir des influences déterminées, on ne saurait contester l'efficacité d'un militarisme rigide sur le dressage, on serait tenté de dire le modelage du

caractère allemand naturellement assez malléable.

Pendant la durée du service militaire, sous l'uniforme du soldat, étudiants, ouvriers, paysans, acquièrent des habitudes de discipline, d'exactitude ; tous s'assimilent l'idée que l'individu est une pièce intégrante d'une grande machine qui doit obéir à la direction du chef. Le pas de parade, ce pas de l'oie — geste raide et compassé, quelque peu ridicule et prétentieux pour des yeux de Français — est bien fait pour donner à ceux qui l'exécutent une impression vive de la puissance massique résultant des mouvements d'ensemble.

« Le simple soldat allemand, dit M. l'abbé Wetterlé (1), n'a aucune volonté, aucune initiative. Dès son arrivée à la caserne, ses chefs s'appliquent à en faire un automate. Tous ses mouvements, même son repos, sont contrôlés. Dans le rang, il devient un polichinelle qui ne raisonne plus, mais obéit aveuglément à la ficelle que tirent ses chefs d'un geste brutal et saccadé... On dirait que ses officiers se méfient de la lourdeur de son intelligence et qu'ils préfèrent avoir affaire à des machines sans réflexion qu'à des hommes qui pensent et agissent individuellement sous la direction raisonnée de

---

(1) *L'Allemagne qu'on voyait et celle qu'on ne voyait pas.* Paris, 1915.

leurs chefs. Peut-être ont-ils raison ». On peut juger du degré de servilisme imposé au soldat allemand, en rappelant ces mots, vraiment odieux, d'une allocution de l'Empereur adressée aux recrues de Potsdam en 1891 : « Vous êtes à moi, corps et âme; si je vous ordonnais de tirer sur votre père ou sur votre mère, il faudrait exécuter mes ordres sans murmurer! ». Comment expliquer autrement que par un sentiment de soumission poussée jusqu'à l'extrême le fait de l'artilleur allemand dans la tranchée se laissant attacher par une chaîne à sa mitrailleuse ?

Le soldat allemand contracte, sous le régime militaire, une seconde nature; il en applique les enseignements dans la vie civile, et, devenu ouvrier ou employé, il vaut davantage par la ponctualité dans le travail. En 1899, le consul anglais de Dusseldorf, Malvany, en faisait la remarque : « L'organisation si forte de l'Allemagne et l'esprit de discipline semblent avoir eu leur répercussion dans la vie industrielle et commerciale du pays. Et pour cela on a pu dire avec raison que les inconvénients qui résultent du service militaire proprement dit sont compensés par l'esprit qui de l'armée est descendu dans la nation ». Un écrivain américain, Havelock Hellis, montre que « l'esprit de caserne » domine en Allemagne toutes les

manifestations de la vie économique et sociale (1).

On ne saurait exagérer l'importance du rôle joué par le militarisme sur la formation de la mentalité allemande.

Avec insistance, les intellectuels allemands la proclament. Ainsi G. von Bülow, professeur à l'Université de Heidelberg, dans une étude sur le militarisme et la culture (2), affirme leur union nécessaire : « La culture allemande et sa puissante préparation militaire se sont toujours développées ensemble ; il n'est pas possible de séparer l'une pour conserver l'autre... Le peuple allemand tout entier, ouvriers, professeurs, agriculteurs, commerçants et industriels, est unanime à déclarer : *Sans le militarisme, point de culture intellectuelle allemande* ». Le témoignage de M. Wilhem Wundt (3), un des principaux philosophes de l'Allemagne moderne, n'est pas moins affirmatif : « Le devoir du service militaire universel est devenu pour nous *le moyen d'éducation qui donne à notre jeunesse* l'agilité physique et *la fidélité au devoir* (Pflichtreue), *même en temps de paix* ».

---

(1) *Étude sur l'esprit allemand,* par Havelock Hellis, *Atlantic Monthly,* mai 1915.

(2) *Scientia* (1915).

(3) *Die Nationen and ihre Philosophie,* Leipzig, 1915.

Les Allemands sont fiers de subir l'influence du militarisme et ils s'en vantent. Peu de jours après la publication du manifeste fameux des 93, où on lit : « Sans notre militarisme, notre civilisation serait anéantie depuis longtemps. C'est pour la protéger que le militarisme est né dans notre pays... », parut une nouvelle déclaration signée de 3.125 noms de professeurs de l'enseignement supérieur — universités et écoles supérieures — de l'Empire allemand dans laquelle ils se disent « remplis d'indignation de ce que les ennemis de l'Allemagne... s'efforcent... de faire une distinction entre l'esprit de la science allemande et celui de ce qu'ils appellent le militarisme prussien ». Et ils s'expliquent : « Le service militaire rend notre jeunesse apte à toutes les œuvres de paix et au travail scientifique, car il lui enseigne le devoir envers les autres, la conscience de soi-même et le sentiment de l'honneur de l'homme vraiment libre qui se subordonne volontairement à la collectivité. Cet esprit-là ne vit pas seulement en Prusse ; il est le même dans tous les pays de l'Empire allemand ; il est semblable à lui-même dans la guerre et dans la paix ».

A cet égard, il n'est pas jusqu'à certains défauts des Allemands qui ne leur soient profitables. Leur nature essentiellement moutonnière, qui en

a fait un peuple de valets (Dienernaturen), suivant la qualification du grand organe pangermaniste *Rheinischwestfälische Zeitung*, s'accommode parfaitement d'un régime comportant une obéissance aveugle à des chefs qui embrigadent, coordonnent, dirigent les efforts. « L'Allemand, dit un observateur perspicace, M. l'abbé Wetterlé, ne peut pas travailler s'il n'est pas fortement encadré. Même dans ses amusements, il apporte le même esprit de méthode. Les étudiants ne vident leurs chopes que sur commandement. Dans les brasseries populaires, chaque table a son président qui règle le cérémonial de la beuverie ».

L'esprit d'association. — L'esprit de groupement et d'association, qui est une forme de l'esprit de caserne, est l'une des conditions les plus favorables à l'établissement des grandes entreprises modernes. Et l'esprit d'association est si répandu en Allemagne qu'il y existe même — a-t-on dit plaisamment — une association formée de ceux ne faisant encore partie d'aucune association ! !

On s'accorde généralement à reconnaître qu'un Allemand pris en particulier ne possède point autant d'initiative qu'un Français ou qu'un Anglais, mais cela importe peu, car ce même Allemand, devenu membre d'une association — comme Antée,

personnage de la fable, renouvelant ses forces chaque fois qu'il touchait la terre — y retrouve sans cesse des points d'appui à son activité, à son énergie ; et il est alors éminemment capable de se jeter dans la lutte, de la soutenir avec ardeur ; il a conscience que chacun de ses efforts personnels s'additionne à la somme commune, qu'il recueillera sa juste part de profits, qu'il doit marcher avec assurance au milieu d'un groupe d'hommes laborieux, disciplinés comme lui, sur l'appui desquels il peut compter à chaque pas.

Cette habitude du groupement est nettement manifestée par les soldats allemands se précipitant en masses compactes à l'assaut d'une position ; ils sont, coude à coude, plus courageux, plus audacieux. Par le groupement est accrue la valeur de l'individu le plus médiocre.

Les grands organismes de l'ordre économique : commerce, industrie, finances, se prêtant sans cesse de mutuels appuis, comme les différentes armes d'une même armée, et solidarisés dans l'intérêt de la collectivité, rendent leurs efforts irrésistibles. Les aspirations communes, réunies en faisceau, forment, pour ainsi dire, une âme collective qui harmonise tous les actes.

L'organisation. — L'unité économique est la grande force de l'Allemagne moderne. Elle résulte

de l'organisation, qui, à en croire les Allemands, leur confère tous les droits à la domination universelle.

Écoutez le chimiste Ostwald, professeur à l'Université de Leipzig, lauréat du grand prix Nobel, prétendant justifier scientifiquement par une formule — qui a eu d'ailleurs grand succès — la supériorité allemande : « L'Allemagne veut organiser l'Europe qui, jusqu'ici, n'a pas été organisée... Je vais maintenant vous expliquer le grand secret de l'Allemagne. Nous, ou peut-être plutôt la race germanique, avons découvert le facteur de l'organisation. Les autres peuples vivent encore sous le régime de l'individualisme, alors que nous (Allemands) sommes sous celui de l'organisation ». Ce même savant dit encore, sous une forme plus explicite : « Ce qui fait la supériorité de l'Allemagne, c'est sa faculté d'organisation. Grâce à cette faculté, l'Allemagne a atteint une étape de civilisation (Kultur) plus élevée que les autres peuples. Les Russes en sont encore à la période de la horde. Les Français et les Anglais ont réussi à atteindre le degré de civilisation cultural que l'Allemagne a quitté depuis plus de cinquante ans. C'est l'étape de l'individualisme. Mais au-dessus se trouve l'étape de l'organisation ; c'est celle où est parvenue l'Allemagne d'aujour-

d'hui et qui doit lui assurer la victoire ». Sans prendre la peine de relever l'outrecuidance de ces propos et même leur manque d'exactitude, nous y découvrons l'expression parfaite d'un état d'âme qui prédispose aux ambitions conquérantes les plus folles.

Il ne faut pas craindre d'exagérer les avantages de l'organisation surtout dans les sociétés modernes, en raison même de la complexité croissante de leurs rouages, conséquence du progrès matériel. C'est une vérité banale. Par l'organisation, les anciens Romains ont conquis le monde, et par le manque d'organisation, les Turcs n'ont rien pu fonder. Mais il est inadmissible de prétendre, à la manière allemande, monopoliser l'esprit d'organisation et tirer de là les conséquences les plus arrogantes.

Parce que le peuple allemand a organisé une énorme production industrielle, il se considère comme le représentant d'une race supérieure à toutes les autres par l'intelligence et par la science ; il vante sans réserve sa culture, et comme l'esprit de finesse lui manque, il n'en aperçoit ni les fissures, ni les défaillances. Fait regrettable, c'est un Français, le comte de Gobineau, plus réputé, à vrai dire, en Allemagne qu'en France, qui, entraîné par l'esprit de système, se fit jadis

l'apôtre, en quatre gros volumes (1), des destinées civilisatrices de la race germanique, prétendant même que la grandeur des nations dépend de la quantité de sang germanique qui leur a été infusé.

L'orgueil allemand. — L'orgueil collectif a été entretenu et exalté en Allemagne depuis plus d'un demi-siècle par les poètes, les historiens, les professeurs, les hommes d'État; ils ont répété à satiété que le peuple allemand était le peuple élu par la Providence pour la domination du monde. L'Allemand prend son orgueil pour mesure de ses ambitions, et ce n'est pas peu dire. Dès 1841, Hoffmann von Fallersleben compose le chant fameux : *Deutschland über alles, über alles in der Welt* « L'Allemagne au-dessus de tout, au-dessus du monde entier », la seule nation élue par la Providence, tandis que les autres sont réprouvées. Henri Heine, qui se qualifiait de « Prussien libéré », n'en écrit pas moins la préface de *Germania,* remarquable peinture de la mentalité allemande : « Oui, le monde tout entier sera allemand. J'ai souvent pensé à cette mission, à cette domination universelle de l'Allemagne lorsque

(1) *Essai sur l'inégalité des races humaines*, 1854.

je me promenais avec mes rêves sous les sapins éternellement verts de ma patrie ». Reimer, dans son dernier ouvrage (*Une Allemagne pangermaniste*, 1905), les historiens Treitschke, Bernhardi, Lamprecht soutiennent la même thèse. « Un étranger est un ennemi jusqu'à preuve du contraire, déclare Lasson, professeur à l'Université de Berlin. Nous sommes moralement et intellectuellement supérieurs à tous, hors de pair... Dieu est avec nous... ». « La domination appartient à l'Allemagne, dit de Giesebrecht, parce qu'elle est une nation d'élite, une race noble et qu'il lui convient, par conséquent, d'agir sur ses voisins, comme il est du droit et du devoir de tout homme doué de plus d'esprit et de plus de force d'agir sur les individus moins bien doués ou plus faibles qui l'entourent ».

La mission providentielle. — « N'oublions pas la tâche civilisatrice qui nous incombe aux termes des décrets de la Providence, écrivait, en 1887, le général von Maisendorf. Songeons à l'avenir promis à notre race, au jeune Empire allemand dont l'étoile vient seulement de se lever à l'horizon du monde ». C'est l'annonce précise de l' « ère germanique » qui va commencer. Ce n'est pas encore assez. Les grands chefs tiennent le même langage

au nom de leur peuple. « Si je ne croyais pas, dit Bismarck dans ses mémoires, à une divine Providence qui a destiné cette nation allemande à quelque chose de bon et de grand, j'abandonnerais immédiatement ma charge d'homme d'État ». A l'inauguration de la statue colossale de la Germania (28 septembre 1883), fondue avec le métal de canons pris aux Français, Guillaume Ier s'écriait : « Dans les années 1870 et 1871, nous avons senti une pareille intervention de la Providence. Le peuple allemand en armes, conduit par ses princes, a été l'instrument de la Providence ». A Brême, sur le point de s'embarquer pour le Maroc, dans le désir d'amorcer un conflit avec la France (23 mars 1903), Guillaume II prononçait ces paroles retentissantes : « Il faut que vous ayez la ferme conviction que le bon Dieu ne se serait jamais donné tant de peine pour notre patrie allemande et pour son peuple, s'il ne nous réservait pas une grande destinée. Nous sommes le sel de la terre... Dieu nous a appelés à civiliser le monde. Vous êtes les missionnaires du progrès humain... ». Et au moment de la déclaration de la grande guerre, dans la proclamation aux troupes, il disait encore : « Rappelez-vous que le peuple allemand est le peuple élu de Dieu. C'est sur moi, comme empereur allemand, que l'esprit de Dieu

est descendu. Je suis son instrument, son épée, son défenseur. Malheur à ceux qui désobéissent, malheur aux lâches, malheur aux incroyants! »

Nous avons cru bon de multiplier ces citations, qui montrent à quel diapason était montée l'opinion allemande, avant la guerre, car il nous semble que l'affirmation d'une mission providentielle constamment proclamée a eu une influence considérable sur le progrès allemand même dans l'ordre économique que nous envisageons seul ici. Les idées théoriques et abstraites deviennent des idées-forces par l'effet des circonstances favorables. N'a-t-on pas dit avec raison que des troubles révolutionnaires ne sont souvent que des idées de philosophes qui prennent corps et descendent dans la rue? Assurément, l'action seule atteint directement un but, mais que devient l'action, résultat de l'effort sans une idée qui la guide? Et l'idée est un puissant motif d'action quand, à l'état épidémique, elle imprègne les cerveaux de toutes les classes d'un même peuple. Si le fait de se croire supérieur à autrui confère à celui qui en a l'assurance un aplomb qui donne une plus grande autorité à ses actes, combien la puissance de volonté en même temps que la volonté de puissance sont-elles accrues par un sentiment de foi absolue dans une mission providentielle garan-

tissant par avance le succès final, la récompense de toutes les tentatives? Grande névrose, chimère, dira-t-on que, la foi et l'idéal pangermanistes! Non point! Le mysticisme, où l'on fait difficilement la part des impondérables, est une cause déterminante d'action. « Longtemps ignorées ou dédaignées par la science, dit le docteur Gustave Le Bon, les forces mystiques se placent au premier rang des mobiles directeurs des hommes ». L'idéal religieux a armé les sectateurs de Mahomet; l'idéal religieux a édifié les chapelles de nos campagnes et dressé vers le ciel les clochers de nos églises; il a émancipé la grande âme de la France du moyen âge et lui a donné la force de prendre son vol en soulevant sur ses ailes les voûtes de nos cathédrales; l'idéal religieux a toujours été le ressort des plus nobles héroïsmes et aujourd'hui il purifie les horreurs de la guerre. Sans établir de comparaison, en retombant de ces hauteurs dans le domaine du mercantilisme que les Allemands, avec leur grandiloquence coutumière, dénomment « Realpolitik », il est permis de croire pourtant que le commis-voyageur allemand, le négociant allemand, jaloux de l'expansion de la plus grande Allemagne, soigneux des intérêts de la grande collectivité germanique, comme si elle était leur chose propre, n'oubliaient point la devise « Gott

mit uns », gravée sur le casque à pointe du soldat. Ainsi l'idéal de la plus grande Allemagne au-dessus de tout a déterminé, dans l'âme collective allemande, une merveilleuse puissance d'expansion « avec un arc si fortement tendu, suivant une image de Nietsche, qu'il est possible de tirer sur les cibles les plus lointaines ».

L'art des préparations. — L'Allemagne excelle dans ce qu'on pourrait appeler « l'art des préparations », aussi bien des hommes que des choses. Le pangermanisme avait pris grand soin de préparer le terrain de ses conquêtes en « cuisinant » habilement l'opinion publique allemande et étrangère en sa faveur. Tout ce qui était allemand, ce que produisait l'Allemagne, était montré sous des verres grossissants et des couleurs flatteuses. Le Bureau de la Presse, sous la direction du ministère de l'Intérieur, alimenté par « le fonds des reptiles », maintenait le chauvinisme allemand chauffé à blanc, tandis qu'il faisait briller l'éclat de la kultur au delà des frontières. En Russie, par exemple, les journaux allemands étaient plus nombreux que les journaux russes. En Amérique, les journaux allemands étaient au nombre de 462 ! L'opinion publique, habilement et commercialement exploitée

à l'étranger, était une clef d'or entre les mains allemandes qui savaient s'en servir avec une maîtrise achevée pour ouvrir les portes et au besoin forcer les serrures.

Persévérance, ténacité, habitude de l'association, discipline, méthode, emploi de la science, orgueil dirigé, préparations en tous genres, tels sont, en résumé, les leviers de puissance économique que l'Allemagne met en jeu et sur lesquels l'État exerce plus ou moins directement son influence.

L'étatisme allemand a transformé l'Allemagne en une immense caserne. Il n'en faut pas conclure qu'un pareil régime, malgré certains avantages, soit souhaitable. On ne saurait mieux dire que le docteur Gustave Le Bon :

« L'erreur de l'Allemagne consiste à croire que l'organisation ne puisse se faire que par l'État. Un étatisme rigide lui a réussi parce qu'elle est tellement militarisée que les citoyens se plient sans difficulté aux plus méticuleux règlements. Mais déclarer ce régime le meilleur serait inexact, puisque d'aussi bons résultats ont été obtenus chez les Anglais et les Américains, où le rôle de l'État se trouve réduit au minimum et l'initiative des citoyens portée au maximum. Étatisme et initiative individuelle sont des conceptions trop irré-

ductibles pour qu'on puisse passer de l'une à l'autre » (1).

D'autre part, le mercantilisme, l'industrialisme sans mesure, est-il le dernier mot du progrès destiné à assurer au peuple qui le pratique un bonheur sans mélange? Le prince de Bülow formulait-il un éloge ou une critique à l'adresse de ses concitoyens, quand il disait que, depuis 1870, ils étaient devenus « un peuple de marchands? »

La nature du progrès allemand. — « L'idéal de l'humanité — suivant une autre remarque du docteur Le Bon — doit-il être de fabriquer le plus grand nombre possible de tonnes de choucroute, de charcuterie, de quincaillerie, de bière, d'articles de pacotille pour en couvrir le monde sous la protection de canons destinés à empêcher la concurrence des rivaux? »

La civilisation moderne ne doit pas chercher à atteindre des buts uniquement et directement utilitaires sans grand dommage pour l'humanité. Il ne faut pas tout sacrifier à la matière. Le progrès vers lequel doivent tendre les sociétés modernes et civilisées est de nature plus complexe.

---

(1) *Enseignements psychologiques de la guerre moderne*. Paris, 1916.

M. G. Ferrero (1), le très distingué historien italien, remarque ingénieusement : « Notre époque a augmenté la quantité de beaucoup de choses en détériorant leur qualité, de sorte qu'elle semble faire de grands progrès si on la juge au point de vue de la quantité ; elle semble, au contraire, en décadence quand nous la jugeons au point de vue de la qualité ». Il ne faut donc pas, à la mode allemande, acclamer le triomphe de la quantité et le goût du colossal. Un peuple heureux doit désirer établir l'équilibre entre les deux facteurs quantité et qualité et ne pas sacrifier celle-ci à celle-là. Les idéals de perfection morale, religieuse, artistique doivent imposer des limites à la passion d'accumuler des richesses.

En présence de la grande machinerie allemande, d'un fonctionnement remarquable malgré les disproportions de certaines parties, comme devant ces locomotives monstres, merveilles de l'art de l'ingénieur, qui renferment une énorme puissance dans leurs flancs, on ne peut se défendre d'une impression profonde. Et si l'on passe en revue les principaux organes qui en assurent la marche industrielle, commerciale, financière, agricole, on trouve ample matière à d'utiles leçons, et, nous le croyons, à de profitables imitations.

---

(1) *La guerre européenne*. Paris, 1916.

L'organisation industrielle.

La science à l'usine. — La science prend une place de plus en plus grande dans le monde moderne. Les industriels allemands ont eu le mérite de comprendre cette simple vérité et d'en tirer parti afin de mettre dans leur jeu le plus d'atouts possibles. Ils utilisent dans l'usine l'outillage et les procédés les plus perfectionnés avec l'aide d'un personnel bien instruit professionnellement. C'est là l'explication de leurs succès.

Comment acquièrent-ils la connaissance des procédés perfectionnés? Est-ce, comme on se l'imagine trop souvent en France, l'expérience d'atelier qui la suggère? Cette expérience est indispensable sans doute, mais accessoire, complémentaire, généralement empirique et presque nécessairement routinière. L'industrie a pour but de déplacer, façonner, transformer de la matière; or, les sciences physiques et chimiques ont précisément pour objet d'étudier les phénomènes de la matière, de découvrir sa composition, ses propriétés, ses modifications sous l'action de tel

ou tel agent. Il est donc rationnel que des hommes de science président aux opérations successives d'une fabrication et vérifient la qualité du produit obtenu.

Dans toutes les branches de l'industrie allemande, on constate l'union féconde de la science et de l'industrie, du cerveau qui cherche et de la main qui travaille. L'usine s'attache volontiers comme conseils des savants diplômés, des docteurs, des professeurs d'université, qui ne croient pas déroger — bien qu'ils aient une très haute idée de leurs talents — en poursuivant des applications pratiques et rémunératrices. Ainsi des progrès raisonnés — qui n'ont rien de commun avec les tours de main trop prisés chez nous — sont définitivement acquis et servent d'échelons à de nouveaux progrès encore plus importants. Suivant une heureuse expression de M. Georges Blondel, ainsi s'opère en Allemagne « un vrai drainage de la production scientifique au profit de l'industrie ».

L'industriel allemand montre, d'ailleurs, une infatigable vigilance à prendre son bien partout où il le trouve ; il ne néglige aucun moyen d'information ; il a soin de se créer une bibliothèque largement pourvue des plus récentes publications scientifiques nationales et étrangères

comme annexe indispensable du laboratoire de son usine.

Les produits chimiques. Les colorants. — Rien n'est plus suggestif que d'assister à la croissance d'une branche de l'industrie allemande et d'en suivre l'évolution jusqu'à son complet développement. La fabrication des produits chimiques, notamment des colorants, fournit un excellent exemple ; car l'Allemagne l'a très habilement accaparée, et monopolisée presque exclusivement (1).

La chimie a des origines profondément françaises. « La chimie est une science française, dit Adolphe Wurtz, dans l'histoire des doctrines chimiques placée en tête du Dictionnaire de chimie. Elle fut constituée par Lavoisier, d'immortelle mémoire ». Et, depuis lors, une longue lignée de savants français s'y sont distingués par des découvertes fondamentales.

Aussi il se trouve que le mérite de la découverte des premières matières colorantes non végétales appartient à des Français et à des Anglais. Le plus ancien de ces colorants paraît être l'acide

(1) V. sur l'Allemagne industrielle les remarquables études de M. Victor Cambon : *L'Allemagne au travail. — Les derniers progrès de l'Allemagne moderne.*

picrique, résultant de l'action de l'acide nitrique sur l'indigo; puis Laurent l'obtient en faisant agir l'acide nitrique sur le phénol extrait du goudron de houille. Dès 1849, Guinon, de Lyon, emploie l'acide picrique pour la teinture des soies en jaune éclatant. En 1854, Béchamp réussit à tirer l'aniline du goudron. En 1856, un jeune assistant de Hofmann au « Royal College of science », W.-H. Perkin, trouve la première couleur d'aniline, le violet, qui, fabriqué sous le nom de mauvéine, eut un grand succès. En 1859, Verguin, chimiste à la teinturerie Renard frères et Franc, de Lyon, découvre la fuchsine qui fut fabriquée industriellement. A partir de ce moment, paraissent le violet et le bleu de Lyon, trouvés par Giraud et de Laire; puis le vert, le noir, etc..., dus aux recherches de Cherpin, Charles Lauth, Cordillot, Prudhomme.

Entre temps, en 1865, Hofmann, cédant aux sollicitations du gouvernement allemand, occupe la chaire de chimie de Bonn, puis de Berlin; et, pénétré de l'intérêt de la recherche scientifique mise au service de l'industrie, il organise les laboratoires de Bonn et de Berlin et fonde la société chimique allemande.

En 1875, un chimiste français, Roussin, pharmacien au Val-de-Grâce, découvre les colorants

azoïques dérivés de la naphtaline. C'est le commencement d'une série extrêmement riche. L'usine Poirrier, à Saint-Denis, en 1876, se met à fabriquer les orangés azoïques avec grand succès, mais, huit mois plus tard, Hofmann, dont l'attention était éveillée sur ce produit, publiait l'analyse de l'orangé, indiquait le mode de génération et de fabrication. Du même coup Roussin était dépossédé du droit de breveter ses découvertes qui tombèrent dans le domaine public. Aussitôt, un abondant personnel de chimistes, fourni par les universités allemandes, s'emploie avec ardeur à la recherche de nouveaux colorants azoïques intermédiaires que la théorie même permettait de prévoir innombrables.

Dans la mine largement ouverte par des mains françaises, des travailleurs appliqués pouvaient donc aisément mettre au jour des filons riches et facilement exploitables. Ainsi, l'industrie des colorants artificiels, après avoir grandi d'abord en France et en Angleterre, fut transplantée en Allemagne. Depuis 1870, elle y a pris des racines profondes et s'y est ramifiée étonnamment. Entre 1874 et 1898, l'exportation allemande des colorants s'élève de 30 millions à 150 millions de marks et, en 1913, on enregistrait une exportation d'une valeur supérieure à 283 millions de francs, qui

représente environ les trois quarts de la production totale de l'Allemagne. En même temps — ce qui était à prévoir — l'industrie générale des produits chimiques et pharmaceutiques, anciens et nouveaux, s'étend dans des proportions extraordinaires. Les catalogues et prix courants de certains grands établissements allemands deviennent des volumes, luxueusement illustrés, qui représentent des ateliers immenses et contiennent des listes comprenant plusieurs milliers d'articles des plus variés destinés à la consommation mondiale. Ainsi, les usines Bayer fabriquent 1.800 colorants environ et 120 produits pharmaceutiques et photographiques.

L'industrie chimique se place au quatrième rang des industries de l'Empire d'Allemagne. Dès 1897, un relevé officiel indique un milliard de marks pour la production totale. L'exportation passe de 278 millions de marks, en 1891, à 408 millions en 1901, 756 millions en 1911, 821 millions en 1912, soit un peu plus d'un milliard de francs. La France était assez largement tributaire de l'Allemagne par des achats qui se chiffraient en 1913 par 71 millions de francs.

Plus de trente usines allemandes fabriquent des colorants et fournissent près de 90 p. 100 de la consommation du monde entier.

Cinq entreprises de fabrication de produits

chimiques ont pris un développement remarquable : la Badische Anilin und Soda Fabrik, à Ludwigschafen sur le Rhin (les usines fondées en 1865 englobent aujourd'hui 250 hectares dont 40 sont construits et occupent 10.000 ouvriers; le capital est de 573 millions de marks); Léopold Casella, à Meinkur, près de Francfort-sur-le-Mein (spécialité de colorants dérivés du goudron; 3.000 ouvriers. Capital, 36 millions de marks); Établissements Frédéric Bayer, à Elberfeld et Leverkusen (fondés en 1850, ils occupent 8.000 ouvriers. L'usine seule de Leverkusen comprend 230 hectares. Capital, 50 millions de marks); Société Meister, Lucius et Bruning, de Hoechst (les usines couvrent 130 hectares, occupent 7.500 ouvriers. Capital, 56 millions de marks); Actien Gesellschaft für Anilin Fabrikation, à Berlin (capital, 21 millions de marks).

Les produits pharmaceutiques proprement dits sont fabriqués principalement par les établissements Merck, Shering et Bayer.

Comme on le suppose bien, le colorant artificiel ne tarda pas à remplacer le colorant naturel. La garance est un exemple. Napoléon, voulant encourager la production de ce colorant, avait adopté le pantalon rouge pour l'armée française. Par suite, plusieurs départements du Midi se livraient

à la culture de la racine de garance; la France, en 1868, en exportait pour 30 millions de francs.

L'alizarine naturelle, ou colorant extrait de la garance, valait 70 francs le kilo, tandis que l'alizarine artificielle vaut aujourd'hui 10 francs le kilo. Voilà comment fut ruinée la culture de la garance. Aussi le Dr Gustave Keppler, dans un rapport sur les matières colorantes allemandes à l'Exposition de 1900, disait, non sans ironie : « Aujourd'hui la culture de la garance a presque totalement disparu et la France ne fabrique point d'alizarine. Les régiments n'en portent pas moins des pantalons rouges, mais ils sont teints avec la garance allemande ».

Les entreprises allemandes de produits chimiques, aménagées avec méthode et science dans l'ensemble et dans les détails, ne reculent devant aucune dépense d'installation, d'outillage, d'organisation technique et scientifique qui réalisent un progrès de fabrication et une source de profits.

La chimie règne au laboratoire comme la mécanique à l'atelier. Le laboratoire n'est pas seulement le vestibule du temple industriel, il en fait partie intégrante, il en est une colonne d'appui. Grâce à cette organisation scientifique, les fabrications sont continuellement améliorées, les produits secondaires utilisés, les résidus régénérés.

L'ensemble de ces efforts se traduit par une meilleure qualité des produits, un abaissement progressif du prix de vente et l'accaparement forcé du marché mondial.

Vous trouvez dans l'usine allemande, non pas un, deux, trois... chimistes, comme dans l'usine française qui se respecte, mais des légions de chimistes à diplômes, de savants professeurs ou praticiens. « Les Allemands, dit M. Raphaël-Georges Lévy (1), ont remplacé dans leurs usines les contremaîtres par des docteurs ès sciences. Ils ne sont pas exposés à s'attacher aveuglément à la routine ». Ainsi la Badische Anilin und Soda Fabrik a 244 chimistes, 219 ingénieurs et techniciens; la firme Meister, Lucius et Bruning occupe 300 chimistes et 74 ingénieurs. Ces chiffres n'ont pas besoin de commentaire pour montrer l'union intime de la science et de l'industrie. On conçoit quelle somme de travail spécialisé est ainsi donnée. Ces chercheurs peuvent méthodiquement multiplier des expériences ou réactions de substances les unes sur les autres, en si grand nombre qu'ils essaient presque toutes les combinaisons ou permutations réalisables et provoquent, pour ainsi dire automatiquement, les découvertes. Le génie

(1) *Revue des Deux Mondes*, 15 février 1898.

divinateur est remplacé par une longue patience, qui, aidée par une intelligence parasite et méthodique, conduit à des résultats industriels importants. Dans le laboratoire de recherches des Farbenfabriken sont coordonnés les efforts de nombreux chimistes méticuleux. Les industries chimiques progressent nécessairement par l'invention collective continue, qui n'est qu'une série de trouvailles individuelles, mais orientées, liées les unes aux autres.

L'usine — c'est le cas dans les établissements Bayer — met à la disposition de chaque chimiste une officine, ou petit laboratoire de 4 mètres sur 8, séparée, par des cloisons, des cellules des opérateurs voisins; là, le chimiste a sous la main tous les réactifs et substances nécessaires ainsi que des tuyauteries fournissant les gaz d'un emploi fréquent, l'air sous pression, le froid, le vide et l'électricité qui alimente en même temps les petits moteurs du laboratoire. Les manipulations sont ainsi grandement facilitées.

La plupart de ces chimistes, engagés dans des études spéciales suivant les indications d'un chef de laboratoire ou guidés par leur flair personnel, même s'ils ne produisent rien d'utilisable, touchent néanmoins des salaires qui leur permettent de vivre; le total forme un gros chiffre au chapi-

tre des frais généraux. Mais la direction de l'usine est patiente, elle fait crédit à la science et à l'application des chercheurs qui suivent une même piste pendant plusieurs années; elle a assez confiance en eux pour attendre que quelques-uns, plus heureux, mettent au jour une découverte capable d'assurer à l'entreprise un gain largement rémunérateur. Et pratiquement ces espoirs se réalisent. Le chimiste est d'ailleurs généralement intéressé au succès de sa découverte; l'usine lui en tient compte, d'après la valeur contrôlée aux ateliers d'essai et au cours de l'exploitation; il est donc stimulé dans son travail, tandis que l'usine a la certitude de trouver en lui un collaborateur dévoué, qui n'ira pas porter à une maison concurrente le fruit de ses études.

Ces chimistes ont été généralement formés dans des écoles spéciales; un grand nombre savent une ou plusieurs langues étrangères. Les usines allemandes mettent à leur disposition toutes les sources d'informations utiles, des bibliothèques abondamment pourvues d'ouvrages scientifiques et techniques nouveaux, des journaux, revues, catalogues, brevets d'invention, qui concernent leurs spécialités. La bibliothèque des usines Bayer renferme 12.000 volumes, 24.000 brochures et est abonnée à 300 publications scientifiques, journaux et revues.

Les établissements de produits chimiques allemands ont l'attention constamment éveillée sur les découvertes dont ils peuvent tirer profit. En effet, dans leur fabrication, s'ils comprennent les produits communs de grande vente, ils n'épargnent rien pour la création des nouveautés. De produits ordinaires fabriqués partout, dépréciés par la concurrence, on ne saurait tirer un gros bénéfice ; mais il en est autrement en exploitant des nouveautés monopolisées par des brevets d'invention ou des secrets de fabrication. Aussi bien l'industriel allemand s'efforce de multiplier les inventions à jet continu, pour ainsi dire, et méthodiquement. Et depuis des années, il a largement profité de la valeur payante du procédé scientifique.

Cependant l'Allemand a le génie relativement peu inventif. A vrai dire, il a plutôt des qualités de technicien que de savant. Il est à cet égard très inférieur au Français. Dans une très faible mesure, l'Allemagne a contribué aux grandes inventions qui ont révolutionné le monde moderne, mais elle perfectionne dans le domaine pratique en empruntant à autrui, en compilant, en mettant au point des détails. Il est évident qu'un nain, qui réussit à se hisser sur les épaules d'un géant, découvre sans grand mérite et sans beaucoup de peine des horizons plus étendus.

La preuve tangible des avantages de la méthode scientifique est démontrée par l'étonnante prospérité des entreprises de produits chimiques que nous avons signalées. En 1912, M. Paul Claudel, consul de France, a publié, dans un rapport commercial, une liste de quinze entreprises de produits chimiques avec l'indication de leurs bénéfices en 1910 et 1911. La moyenne des dividendes réalisés a été de 18 p. 100. Le bilan de 1912 fait ressortir pour la Badische Anilin und Soda Fabrik 15 millions 600.000 marks de bénéfices distribuables ; les Établissements Bayer ont fait, en 1911, un bénéfice net de 14 millions de marks et distribué à leurs actionnaires un dividende de 24 p. 100 ; la Société Meister, Lucius et Bruning a vu s'élever le cours de ses actions de 280 p. 100 en 1889, de 582,75 p. 100 en 1911 ; les bénéfices de cette même année ont été de 16.135.175 marks permettant la distribution d'un dividende de 30 p. 100. De si concluants résultats montrent que l'industrie moderne a des obligations à remplir envers la science et qu'elle doit consentir des sacrifices en sa faveur, si elle en veut recueillir les bienfaits. Que nous sommes loin des règles empiriques préconisées encore dans certaines usines françaises et sur la valeur desquelles on se fait de grandes illusions !

Les verres d'optique. — L'application des procédés scientifiques n'est pas une exception dans les industries allemandes ; elle y est généralisée, c'est la principale cause de succès d'un très grand nombre d'entre elles.

Qui ne connaît la maison Zeiss? Son fondateur a dû la vogue de sa fabrication de verres d'optique à la collaboration de deux savants, le docteur Abbe, professeur à l'Université d'Iéna, savant théoricien en optique, et à Otto Schott de Witten, docteur de l'Université de Leipzig, verrier et chimiste distingué. La réputation de la fabrication Zeiss lui a valu de gros bénéfices et une production toujours en progrès qui occupe deux mille ouvriers (1).

La métallurgie. — Dans les industries telles que la métallurgie et la construction des machines, les inventions nouvelles sont activement exploitées. Si la production des aciers en Allemagne s'est développée au point de rattraper et même de dépasser la production anglaise, considérable cependant, c'est que les Allemands se sont empressés d'appliquer, les premiers et en grand, des procédés dus à des Anglais, Sydney Thomas et

---

(1) Industrie et science, par Ch. Nordmann. *Revue des Deux-Mondes*, 1er avril 1917.

Percy Gilchrist, permettant l'emploi, grâce à la déphosphoration, des minerais phosphoreux, abondants et peu coûteux de la Moselle, de la Lorraine et du Luxembourg, jusque-là inutilisables dans le convertisseur Bessemer. « L'introduction du procédé basique dans la métallurgie germanique fut un stimulant si actif dans la production de l'acier qu'elle bondit de 489.000 tonnes en 1878, à 1.074.000 tonnes en 1882 » (1) et qu'elle atteint, en 1913, 18 millions 950.000 tonnes, soit environ le double de la production anglaise. Le laboratoire en Allemagne prête une aide puissante à la métallurgie ; il provoque et suit les essais; il contrôle constamment la fabrication.

Les inventions. — On a beaucoup parlé du moteur Diesel qui a battu tous les records de faible consommation de pétrole dans la production de la force motrice. Il est d'invention allemande ; aussi il a été lancé avec une formidable réclame des plus habiles, et une véritable campagne de presse scientifique. Ce moteur donnait théoriquement les plus merveilleuses promesses dès 1893, mais il présentait des difficultés de construction considérables en raison même de son régime de marche à une pression extrêmement

(1) *Made in Germany*, par E. Williams, Londres, 1896.

élevée. La maschinen Fabrik d'Augsbourg et la maison Krupp s'y sont intéressées dès le début; en dépit de résultats longtemps peu satisfaisants et fort coûteux, sa construction pratique a été poursuivie avec une ténacité et une persévérance remarquables. Le succès a enfin couronné les efforts. Des milliers de moteurs Diesel de fabrication allemande ont été vendus à l'étranger et les brevets d'invention cédés avantageusement.

La vogue actuelle du cinématographe incitait à créer une industrie nouvelle. Aussi l'Aktien Gesellschaft für Anilin Fabrikation, de Berlin, ne tarda pas à établir une fabrication capable de répondre aux grosses demandes. L'usine de Greppin, près de Bitterfeld, est spécialement installée pour la confection des films et les délicates opérations de leur préparation; elle s'est mise en mesure de produire journellement 150.000 mètres de films, soit 40 et 50 millions de mètres par an, d'une valeur de 20 à 25 millions de francs environ. Voici que deux chimistes français, MM. Clément et Rivière, ont imaginé de remplacer le celluloïd du film, matière inflammable, par de l'acétate de cellulose, qui ne l'est point. C'est un progrès. Nos deux chimistes ont proposé l'invention à une maison française de cinématographie, mais elle ne s'y intéressa pas. La maison berlinoise fit affaire avec eux et

cette fois encore, par notre faute, nous serons amenés à payer des redevances à l'industrie allemande.

Les brevets d'invention. — En Allemagne, on respecte la science, on estime qu'elle contribue à la grandeur de l'Empire, on donne à ses fruits, les inventions, une valeur réelle, grâce à la protection officielle dont on les entoure. Le brevet d'invention, ou titre de propriété de l'inventeur, y est délivré seulement après un examen préalable qui établit la nouveauté au point de vue de l'effet technique. Le Kaiserliches Patentamt, ou office impérial des brevets d'invention, est installé, depuis 1905, dans un palais qui a coûté 7 ou 8 millions de marks. Là, dans 660 salles, un nombreux personnel, composé de 1.200 fonctionnaires et employés, examine chaque année 35.000 demandes de brevets. De cette façon, les Allemands, en suivant l'exemple fourni par les États-Unis dès 1836, ont donné au brevet d'invention une réelle autorité et du prestige.

Nous avions le très grand tort d'attribuer au brevet allemand une importance exagérée. Nous ne pouvons ici nous arrêter à montrer comment l'impartialité des juges du Patentamt est souvent prise en défaut, c'est une impartialité de façade.

Toute personne qui a suivi des procédures de demandes de brevets en Allemagne, surtout s'il s'agit d'inventions françaises, peut aisément citer des exemples probants. Il n'en est pas moins vrai que le Patentamt est une institution considérable qui mérite d'être classée parmi les forces vives de la nation allemande.

L'enseignement professionnel. — Afin de mettre en valeur aussi complètement que possible l'outillage industriel et les procédés scientifiques, le gouvernement allemand et toutes les collectivités, municipalités, chambres de commerce, associations, ont organisé l'enseignement technique dans les écoles de tous genres où se forment les patrons, les ingénieurs, les contremaîtres, les ouvriers. Ainsi les travailleurs intellectuels et les travailleurs manuels unissent et complètent leurs efforts ; ceux-ci sont capables d'exécuter ce que ceux-là ont conçu. La main-d'œuvre, rendue plus intelligente, est préparée à tous les progrès. Les écoles professionnelles sont les casernes où les Allemands apprennent le maniement des armes employées dans la lutte économique.

Ici encore on retrouve une nouvelle manifestation de l'art de la préparation méthodique. L'école, initiatrice de toute connaissance, y est

multipliée et spécialisée. En outre des Universités (au nombre de 22 dans l'Empire), d'où sortent des docteurs qui, comme nous l'avons vu, travaillent volontiers dans les laboratoires d'usine, les écoles industrielles peuvent être classées, suivant le degré d'instruction, en quatre catégories principales :

1° Les hautes écoles techniques (Technische Hochschulen ou Polytechnicums), sortes d'universités techniques, au nombre de onze, réparties dans les grandes villes de l'Empire et qui sont analogues à nos grandes écoles françaises (École Centrale et Institut Agronomique) ; elles comptent plus de 15.000 élèves régulièrement inscrits et fournissent par suite à l'industrie, chaque année, plus de 3.000 ingénieurs. Le Technicum de Charlottenbourg (Berlin), en 1913, comptait 1.973 élèves dont un peu plus de 400 de nationalités étrangères ; notons le fait que ces derniers paient toujours des frais d'études beaucoup plus élevés que les nationaux. A Charlottenbourg sont installés très luxueusement des laboratoires et un vaste atelier de travail manuel. Les professeurs sont nombreux.

Ce qui caractérise l'école technique, c'est la liberté dans l'enseignement et dans l'étude (Lehrfreiheit et Lernfreiheit). Une grande latitude est

laissée au professeur pour établir les programmes de ses cours et l'élève choisit à son gré les cours qui lui plaisent. Des maîtres privés, remplissant certaines conditions de capacité, ont aussi la permission de faire des cours dans les locaux de l'école; ces « privat-docent » ne sont rémunérés que par leurs auditeurs volontaires. Si leurs cours ne sont pas intéressants, ils cessent bientôt. Ce système est excellent pour la formation de jeunes professeurs qui trouvent l'occasion de faire valoir leurs mérites, et ensuite peuvent être nommés titulaires de chaires assurant une situation avantageuse.

Les femmes ne sont pas exclues des hautes écoles. Aussi, on en comptait 200 en 1908 à l'École de Hanovre.

2° Les écoles techniques moyennes (Mittlere Fachschule) servent de même à former un personnel pour la grande et la moyenne industrie. A l'enseignement, d'une durée de deux à trois ans, s'ajoute la pratique du métier. Ces écoles, analogues à nos écoles d'arts et métiers, et plutôt inférieures, au nombre de 36, ont plus de 8.000 élèves.

3° Les écoles techniques élémentaires (Niedere Fachschule), destinées à la formation des contremaîtres, chefs d'équipe, petits patrons, donnent un enseignement de durée variable. Au nombre

de 520, elles sont fréquentées par 34.000 élèves environ.

4° Les écoles ou cours de perfectionnement professionnel (Gewerbliche Fortbildungsschule) permettent aux ouvriers et aux apprentis d'acquérir une instruction complémentaire de celle de l'atelier. L'enseignement comprend des connaissances générales élémentaires, notamment la pratique du dessin, considéré à bon droit comme indispensable dans la plupart des métiers, puis des connaissances spéciales appropriées aux professions. Cet enseignement est devenu obligatoire, d'une part, pour l'élève, qui, jusqu'à l'âge de dix-huit ans, doit suivre des cours de durée assez variable, en général de six heures par semaine, durant un semestre, et, d'autre part, pour le patron, qui doit accorder à ses ouvriers ou apprentis le temps réclamé par la fréquentation des cours.

Le cours du soir, à la veillée, après la fin de la journée du travailleur, paraît définitivement condamné en Allemagne ; les cours ont lieu de préférence pendant la matinée ou pendant l'après-midi. Ces cours sont extrêmement variés.

Il faut mentionner, en outre, une quantité d'écoles professionnelles où l'enseignement est spécialisé : écoles des mines, de chimie, électricité, brasserie, sucrerie, tannerie, tissage, filature,

teinturerie, céramique, etc., établies dans des régions où les industries correspondantes sont particulièrement développées. Enfin, le personnel technique allemand est souvent formé au dehors. Volontiers, les associations ou les usines aident l'ouvrier allemand qui s'embauche dans une maison étrangère où il va surprendre les secrets de fabrication et jouer son rôle d'espion industriel.

En 1909, d'après un rapport de M. Ribes-Christophe à la Chambre de commerce de Paris, il y avait à Berlin 1.000 cours d'apprentissage comptant 56.000 élèves; 230 à Nuremberg; 100 à Munich; 50 à Cologne; 50 à Dusseldorf. « Si on tient compte, dit M. Astier, sénateur, — dans le rapport relatif à l'organisation de l'enseignement technique, industriel et commercial (1), — qu'avec la généralisation du régime obligatoire, le nombre des élèves du quatrième degré ne fait que s'accroître de jour en jour, il n'est pas téméraire d'évaluer à 400.000 au minimum le chiffre total des jeunes gens qui fréquentent actuellement les écoles techniques industrielles ».

Il faut signaler ici la volonté manifestée par l'empereur Guillaume d'honorer l'industrie et d'élever la situation sociale des jeunes ingénieurs

---

(1) *Journ. officiel* du 29 juillet 1915.

sortant des hautes écoles techniques en leur accordant un diplôme de docteur-ingénieur (Dr.-Ing.). Ce titre de docteur jouit en Allemagne d'un réel prestige et était précédemment réservé aux seuls élèves des Universités.

« C'est pour moi une satisfaction, a dit Guillaume, s'adressant aux élèves de Charlottenbourg, d'avoir pu accorder aux écoles techniques supérieures le titre de docteur. Vous savez que j'ai eu à surmonter des résistances acharnées ; elles sont aujourd'hui brisées. J'ai voulu mettre au premier rang les écoles techniques qui ont une grande tâche à remplir, non seulement au point de vue de la science appliquée, mais encore au point de vue social ».

Bureaux de placement municipaux. — Avec une aussi formidable armée de techniciens et de spécialistes distribués dans les usines allemandes, la science et le machinisme ont partout des serviteurs éclairés. Aussi bien, afin d'en obtenir la meilleure utilisation et de réduire le chômage au minimum, plusieurs centaines de bureaux de placement, la plupart municipaux, les autres créés par des associations privées, servent d'intermédiaires entre employeurs et employés. Les bureaux municipaux sont généralement établis suivant le

système paritaire, c'est-à-dire sont administrés par des commissions composées de patrons et d'ouvriers.

En 1908, par leur entremise, les placements se sont élevés au nombre de 846.000 dans l'Empire ; Berlin a compté 86.625 placements ; Stuttgart, 61.263 pour une population de 265.000 habitants (1). L'Allemagne a montré ainsi tout l'iréntêt que présente la centralisation des offres et des demandes, en régularisant le marché du travail. Cet exemple a été suivi, avec grand succès, par l'Angleterre (Board of trade Labour Exchanges), par la Suisse, l'Autriche-Hongrie, la Belgique, le Danemark, la Finlande et par la France.

Les transports. — L'organisation des transports par voie d'eau et voie ferrée est le complément nécessaire d'une bonne organisation industrielle, car le prix de vente d'une marchandise rendue à destination est majoré de frais de transports toujours relativement élevés. L'abaissement des frais de transports a une répercussion immédiate sur les prix de vente et facilite la concurrence pour les produits exportés.

---

(1) Les bureaux municipaux de placement en Allemagne. Rapport de M. Picquenard, 1909.

Les voies navigables. — Il suffit de jeter un coup d'œil sur une carte géographique de l'Empire allemand pour constater que le réseau des voies navigables y est naturellement distribué de la façon la plus avantageuse. La Vistule, l'Oder, l'Elbe, le Weser, le Rhin coulent presque parallèlement en partageant la surface du territoire en tranches symétriquement disposées le long de la mer Baltique et de la mer du Nord. Le Danube, d'autre part, traverse la Bavière.

Ces fleuves, à pentes régulières et à courant modéré, sont d'excellents instruments de transport; ils rendent faciles les communications transversales au moyen de canaux qui les relient. Toutefois, ces fleuves et rivières, à l'exception du Rhin en certaines parties, ont des profondeurs d'eau insuffisantes pour les besoins de la navigation : sur 14.500 kilomètres de voies navigables, on n'en compte que 2.226 qui aient un mouillage de 1^{m}75. Afin de régulariser les cours de l'Elbe et de l'Oder, des sommes considérables ont été dépensées; depuis 1830, plusieurs centaines de millions pour le Rhin seul. L'empereur Guillaume n'a pas ménagé ses encouragements à ces travaux. « Le siècle qui s'en va, dit-il à l'inauguration du canal de Kiel, a pour caractéristique le commerce; et l'avenir de l'Allemagne dépend

de l'achèvement de ses voies navigables » (1).

Ces efforts ont porté leurs fruits. Le trafic intense des provinces rhénanes a rendu insuffisants les quais d'accostage sur les rives du fleuve ; afin d'y suppléer, on a creusé à grands frais des bassins latéraux ou ports fluviaux. Ces ports desservent de grandes industries et bon nombre de villes de la vallée du Rhin : Strasbourg, Kehl, Cologne, Mulheim, Dusseldorf, Ruhrort, Wesel, pour citer seulement les ports dont le trafic, en 1912, dépassait 500.000 tonnes. Ruhrort, au confluent du Rhin et de la Rhur, à Duisbourg, par son enchevêtrement de ports, canaux et bassins, constamment agrandis pour répondre aux développements des industries métallurgiques et de l'exploitation de la houille, constitue la plus formidable organisation fluviale du monde. On y a installé l'outillage le plus perfectionné et le plus complet : instruments de chargement et déchargement, grues, élévateurs, transporteurs aériens, basculateurs, cuillers à doubles griffes, transporteurs pneumatiques pour grains, dragues, estacades, ponts roulants, plans inclinés, chantiers de construction et de réparation de bateaux. On y

---

(1) « Die Zukunft Deutschlands hängt von dem Ausbau seiner Wasserstrassen ab ».

voit passer environ 55.000 bateaux par an, soit plus de 150 par jour, de 300 à 2.500 tonneaux. Le tonnage fluvial, en ce point, de 19 millions de tonnes en 1903 s'est élevé à 34 millions en 1912.

Des canaux nombreux — celui de Ruhrort à Herne particulièrement remarquable en raison des difficultés considérables d'ordre technique qu'il a fallu vaincre pour sa création — réunissent fleuves et rivières là où il a paru opportun de déterminer des courants commerciaux. La batellerie rhénane est très active. « Elle se composait en 1911, dit M. V. Cambon (1), de 1.514 remorqueurs à aubes ou à hélices, et en 1912, de 1.671. Les chalands en bois sont au nombre de 2.547, dont un quart de hollandais et un quart de belges, avec une portée moyenne de 150 tonnes. Les bateaux de fer étaient, en 1911, au nombre de 7.671, et, en 1912, de 8.410, d'un tonnage moyen de 850 tonnes. Les plus gros porteurs récemment construits atteignent 3.000 tonnes. On a lancé également des bateaux à voyageurs pouvant contenir 1.000 passagers ». Là où le mouillage est faible, les transports s'opèrent dans des chalands auxquels on donne de très grandes dimensions horizontales. Ces chalands d'acier ont 1.000,

(1) *Les derniers progrès de l'Allemagne.*

1.200, 2.000 tonneaux avec 100 mètres de longueur. Or, un bon remorqueur à vapeur peut traîner à la remonte 4.800 tonneaux, ce qui équivaut à la cargaison d'un navire, à 480 wagons de marchandises à charge complète ou à une douzaine de trains de chemin de fer. Ce simple calcul montre toute l'importance des transports par eau, surtout s'il s'agit de déplacer des matières lourdes ou encombrantes.

Les voies ferrées. — L'Allemagne, le pays par excellence des transports par eau, n'en a pas moins construit, de 1893 à 1910, plus de 20.000 kilomètres de voies ferrées. Un réseau de 61.148 kilomètres s'étend sur tout l'Empire non pas formé de lignes convergentes, en pattes d'araignée, vers une capitale, mais également réparties et tenant dans ses mailles les grandes villes, Munich, Ratisbonne, Mayenne, Cologne, Dresde, Posen, Breslau, Hambourg, qui sont autant de centres de négoce national et international. Les dépenses pour l'établissement des chemins de fer sont poussées jusqu'à l'excès dans certains cas. Ainsi la gare de Leipzig, admirablement aménagée avec son hall de 240 mètres de longueur, ses vingt-six voies ferrées séparées par autant de quais d'embarquement pour voyageurs et marchandises, est

un monument colossal couvrant 11 hectares, qui a coûté 168 millions de francs!!

Les tarifs de transports. — Les chemins de fer de l'Empire, propriété de l'État ou sous sa dépendance, sont, entre ses mains, un puissant instrument de politique économique.

Les tarifs spéciaux, établis suivant les circonstances, servent en même temps de moyens de défense en faveur de certaines industries contre la concurrence étrangère, et de moyens de protection, d'encouragement à l'exportation. Ainsi on a signalé les tarifs spéciaux des ports de Hambourg et Brême à la Westphalie, diminuant de 40 et 50 p. 100 les frais de transports et portant sur un très grand nombre d'articles. Un wagon double de houille de Duisburg à Emden (260 kilomètres) ne coûtait que 37 marks afin de pouvoir concurrencer la houille anglaise, tandis que pour cette même distance à l'intérieur, le même transport eût coûté 64 marks. Des tarifs d'exportation accordant des dégrèvements de 30 à 35 p. 100 sont appliqués pour les blés, sucres, charbons, bois, etc... Ce sont là de véritables primes déguisées. Voici quelques exemples des réductions des « See-Ausnahme Tarifs » : Céréales de la Prusse orientale à la frontière autrichienne : 40 p. 100

environ; briquettes expédiées pour l'exportation à Stettin et vers les ports de l'Elbe et du Weser : 40 p. 100 environ; fers et aciers destinés à l'exportation : 40 p. 100; fers, aciers et cuivre en plaques à exporter au delà d'Aden : 50 p. 100 environ; véhicules de chemins de fer pour la Roumanie : 60 p. 100; alcools et spiritueux pour la France et pour la Suisse : 80 p. 100 environ (1).

Les tarifs intérieurs exercent aussi leur action sur le transit des produits étrangers. Ils frappaient lourdement des produits envoyés de France en Russie, ou de Russie en France au travers de l'Allemagne, si bien qu'il y avait avantage à les expédier en Allemagne, d'où ils étaient réexpédiés à destination par les soins d'agents allemands et par bateaux allemands.

Les Allemands ont eu l'intelligence de comprendre que la voie d'eau, fleuve, rivière ou canal, doit avoir la voie ferrée pour voisine et pour prolongement. L'entente entre le rail et le bateau est profitable pour les deux. Les chemins de fer allemands ne se contentent pas de prendre en charge des marchandises d'un bout à l'autre de l'Empire, mais aussi à destination des plus lointains

---

(1) V. *Notre commerce d'exportation*, par Adolphe Landry, député de la Corse, p. 102, Paris, 1916.

pays. Ainsi l'exportateur, à la gare de départ, peut faire une expédition vers le Levant ou l'Afrique orientale, par la Deutsche Levante Linie ou la Deutsche Ost-Africa Linie, en souscrivant une lettre de voiture unique, comprenant le fret terrestre, le fret maritime et les frais de manutention. Ces tarifs soudés de transports par fer et mer simplifient de beaucoup les opérations d'exportation, et la réduction consentie par l'État pour le transit de la marchandise sur ses chemins de fer équivaut le plus souvent à une prime.

Batellerie et chemins de fer collaborent pour déposer les marchandises dans l'un des grands ports de l'Empire : Hambourg, Cuxhaven, Dantzig, Stettin, Emden, Brême, aménagés pour l'accès des plus grands navires et munis d'un outillage perfectionné pour les manutentions.

Trait d'union entre les chemins de fer, la navigation fluviale et la navigation maritime, Hambourg est placé au troisième rang des grands ports du monde, après New-York et Londres, avec un transit de 8 milliards 375 millions de francs, distançant de beaucoup celui de Marseille évalué à 3 milliards 392 millions. Brême a atteint un transit de 2 milliards 350 millions.

La marine marchande. — La marine marchande, à son tour, joue un très grand rôle dans les trans-

ports au dehors. Elle a paru à Guillaume un outil nécessaire d'exportation et d'expansion nationale en faisant flotter le pavillon allemand sur tous les océans. On sait avec quelle ténacité il a cherché à conquérir l'empire de la mer. Sa déclaration : « Unsere Zukunft liegt auf dem Wasser » (notre avenir est sur l'eau) est confirmée par celle du prince de Bülow : « Au point de vue de notre vie nationale, la mer est devenue pour nous une nécessité vitale » (1) et par l'orgueilleuse menace du maréchal von der Goltz : « Tout cela représente une force à laquelle nous n'aurions jamais pu croire autrefois et qui brisera le monde si le monde ne veut pas nous laisser emplir les mers de la fumée de nos navires ».

Depuis une vingtaine d'années surtout, la marine marchande allemande a rapidement progressé et s'est placée au second rang parmi les marines du monde.

Le tonnage de ses vapeurs a triplé de 1896 à 1909; puis le tonnage total, qui a déjà atteint, en 1909, 3.870.000 tonneaux, est de 5.073.000 tonnes en 1914. En 1913, les constructions navales sur les chantiers germaniques se sont élevées à 465.000 tonneaux.

---

(1) *La Politique allemande*, trad. Herbette, p. 34.

Comme les Allemands ne font pas les choses à demi, on les voit compléter l'industrie des transports maritimes par la création de grandes compagnies de navigation, dont l'importance croît sans cesse. La Hamburg Amerika Linie, qui a son siège à Hambourg, possède un fonds social de 150 millions de marks ; le tonnage de ses navires s'élevait en 1913 au chiffre formidable de 1.307.000 tonnes. La Norddeutscher Lloyd de Brême, au capital de 125 millions de marks, disposait (1913) d'un tonnage de 821.000 tonnes. Et notre Compagnie générale transatlantique n'arrive qu'au douzième rang des grandes compagnies de navigation mondiale avec 359.000 tonnes ! Les deux grandes compagnies allemandes, sous la direction de M. Ballin, sont devenues des puissances ; elles accaparent à elles seules 40 p. 100 de la flotte commerciale allemande (1). La Hamburg Amerika a 68 lignes, qui atteignent tous les ports américains et traversent le Pacifique.

La création des lignes de navigation ne suit pas le commerce, elle le précède ; et, par un phénomène analogue à celui du drainage, elle crée le courant d'affaires qui grossit ensuite. Les lignes

(1) *Les Méthodes allemandes d'expansion*, par Henri Hauser, Paris, 1916, 3e édit., p. 158 et suiv.

régulières à départs périodiques et répétés attiraient ainsi sur Hambourg, même de France, des marchandises qu'on devait exporter à bref délai et pour lesquelles on ne trouvait pas au Havre ou à Bordeaux un navire français en partance. L'abondance du fret allemand avait pour conséquence l'abaissement de son prix et donnait à l'exportateur étranger la tentation de l'utiliser. Cependant c'est un grave inconvénient que de confier certaines marchandises à un transporteur étranger ; on lui fait connaître sa clientèle et le genre d'achats qu'elle est susceptible d'effectuer. Exporter sous pavillon étranger, c'est se mettre dans la situation d'une maison de commerce qui chargerait une maison concurrente de son service de livraison. L'agent allemand, qui recevait la marchandise, ne manquait pas de mettre à profit l'indication et d'offrir au destinataire des produits allemands similaires.

En apparence, peu de lignes régulières sont subventionnées par l'État allemand ; mais qu'on ne s'y trompe point, les tarifs spéciaux d'exportation, sur lesquels les chemins de fer de l'État ne prélèvent qu'une fraction infime, ne correspondent même pas aux frais réels du transport par terre, ils équivalent à des subventions déguisées, et en même temps ils contribuent à procurer un fret abondant aux compagnies de navigation.

Il faut en outre mettre en ligne de compte une véritable complicité de l'État pour l'accaparement, au profit de la Hamburg Amerika et de la Norddeutsche Lloyd, du fret humain résultant de l'émigration. Si l'émigration allemande est devenue peu importante ces dernières années, l'Europe orientale, Russie, Galicie, Roumanie, Balkans, fournissent annuellement un contingent de 3 à 400.000 émigrants. Or il existe dans la législation prussienne des ordonnances de police strictement appliquées, en vertu desquelles aucun émigrant n'a la liberté de traverser le territoire allemand sans un certificat de visite et de désinfection. Les compagnies allemandes de navigation, qui ont sous leur dépendance les stations de contrôle, ne délivrent le certificat exigé qu'à l'émigrant déjà pourvu d'un billet de passage sur leurs propres lignes. C'est la carte forcée, un atout de valeur dans le jeu des compagnies; si chaque passager diminue seulement de 100 francs les frais de l'armement, le monopole de l'émigration orientale constitue une recette de 30 à 40 millions, bon an mal an, qui est un élément essentiel de leur prospérité. Voilà bien le procédé qui porte la marque allemande : il est bon, pourvu qu'il soit pratique et efficace ; la moralité des moyens importe peu.

L'organisation commerciale.

Les sociétés industrielles et commerciales. — L'Allemagne, vingt ans avant 1870, avait déjà inauguré le régime de l'entreprise, qui a pour principal instrument la société par actions ou groupement de personnes et de capitaux. Les milliards de l'indemnité versés par la France y provoquèrent d'abord une fièvre d'activité commerciale et même de spéculation. Un krach s'ensuivit. Mais l'Allemagne se ressaisit bientôt et profita des leçons de cet apprentissage. Puis, par bonds, elle s'avança sur la voie des progrès économiques. L'esprit d'association, qui englobe en les unifiant les efforts particuliers des individus et la force des capitaux, y est le grand ressort moteur toujours agissant.

D'après le Handbuch der Deutschen Aktien Gesellschaften, ont été créées :

en 1910, 195 sociétés au capital social de 268.224.000 marks;
en 1911, 162 sociétés au capital social de 227.884.000 marks.

On voit, en Allemagne, l'association produisant

tous ses effets; elle augmente les dimensions des usines et fabriques et assemble des armées de travailleurs; elle fournit la possibilité d'une organisation complète dans la fabrication avec un outillage mécanique perfectionné et coûteux; elle permet la division du travail, la production rapide en séries ou par masses à des prix de revient réduits, l'achat des matières premières par grosses quantités dans les meilleures conditions de prix, la mise en œuvre de tous les moyens de vente efficaces, voyageurs, représentants sur les grands marchés du monde entier, publicité, etc.

Les sociétés allemandes à gros capitaux ont donné bientôt à l'industrie minière et métallurgique un essor incomparable; elles fournissent près du quart de la production mondiale du fer, 22,1 p. 100 de celle de l'acier; 19,3 p. 100 de la production mondiale de la houille; 24,3 p. 100 de celle du coke. L'extraction de la houille passe de 92 millions de tonnes en 1892 à 256 millions en 1912. Les exploitations minières occupent près d'un million d'ouvriers; les industries textiles, 1 million 100.000; les industries mécaniques et électrotechniques, près de 3 millions.

L'industrie électrique a marché à pas de géant depuis 1880 et surtout depuis 1895; elle travaille avec un capital de plus d'un milliard de marks.

L'Allgemeine Elektricitats Gesellschaft, fondée en 1883 avec un capital de 5 millions de marks, dispose actuellement de 360 millions de marks pour ses entreprises, et occupe dans ses diverses usines un personnel de 71.000 travailleurs.

Ces grandes sociétés industrielles rendent la concurrence de plus en plus difficile pour les petits établissements, dont les statistiques allemandes signalent la suppression progressive ; d'ailleurs elles fournissent généralement des dividendes élevés à leurs actionnaires. On peut citer des résultats extraordinaires. La Société métallurgique du Phœnix, dont le siège est à Hœrde, au capital de 138 millions de marks (actions et obligations), a réalisé, en 1911, tout près de 45 millions de marks de bénéfices nets et en 1912, 50 millions ! Les dividendes industriels de 6 à 8 p. 100 sont habituels.

Il n'en faut pas plus pour expliquer que l'industrie en Allemagne attire facilement à elle les capitaux disponibles et que, par contre, les fonds d'État et fonds étrangers y sont peu en faveur. De là des conséquences notables. Au dire du docteur Helfferich, alors directeur de la Deutsche Bank, la part des valeurs étrangères dans le portefeuille du capitaliste est en France de 84 p. 100 et elle n'est en Allemagne que de 16 p. 100 ; c'est la propor-

tion renversée. Cela faisait dire à M. Gustman, directeur de la Dresdner Bank, interviewé par M. Georges Bourdon (1) : « Vous envoyez vos capitaux au loin, les nôtres vont dans nos industries. Ils restent dans le pays, ils travaillent pour nous ; ils profitent à toute la nation sous forme de salaires, de travaux, d'achats, tandis que les vôtres travaillent pour autrui. Notre argent nous sert à faire des affaires et le vôtre sert à permettre à d'autres d'en faire. Il vous rapporte 3 à 4 p. 100, le nôtre, le double. Voilà la différence ». Il semble bien que les Allemands n'ont pas tort d'employer leur argent à vivifier tout d'abord leurs industries nationales.

L'esprit d'association en Allemagne s'affirme sous les formes syndicale et fédérative. Il n'y existe pas une branche importante de l'industrie ou du commerce où ne s'exerce l'action des syndicats : établissements métallurgiques, aciéries, hauts fourneaux, fonderies, charbonnages, fabriques de produits chimiques, de ciments, filatures, tissages, sucreries, raffineries, construction de navires, batellerie, etc. Et parmi les plus remarquables exemples des avantages d'une puissante action syndicale, il faut citer celui de l'exploitation des

(1) *Énigme allemande*, par Georges Bourdon, 1913, p. 298.

sels de potasse de Stassfurt (1). En 1879, la concurrence entre exploitants de mines et raffineurs de sels déterminait surproduction et chute des prix. Le Kalisyndicat, fondé sur l'initiative de l'État prussien, limita l'extraction, établit des prix de vente rémunérateurs et organisa la propagande nécessaire au développement d'une clientèle mondiale. La production a pu s'élever en 1913 à 12 millions de tonnes et procurer des bénéfices nets chiffrés par des centaines de millions. Le syndicat de la potasse, rendu obligatoire par une loi du 10 mai 1913, a pu conjurer le danger de rivalité des nouveaux gisements de potasse découverts en Alsace en 1904, et prendre d'énergiques mesures contre l'ingérence étrangère dans ces mines.

En outre des syndicats ou associations professionnelles existent des groupements largement ouverts. Deux sont particulièrement importants : Association centrale des industriels allemands (Central verband deutscher Industriellen), composée principalement d'industriels qui mettent en œuvre des matières premières et des produits bruts, et la Ligue des industriels (Bund der Industriellen), qui se recrute surtout parmi les patrons de la moyenne et de la petite industrie.

---

(1) V. *L'Allemagne au travail* et les *Derniers progrès de l'Allemagne*, par V. Cambon.

Fondée en 1882, la Centralverband est devenue une des plus grandes puissances économiques du monde. Elle publie un journal et donne son avis — qui est d'un grand poids — sur tout projet de loi commerciale ou industrielle soumis au Parlement ; elle ne reste étrangère à aucune question d'exportation.

Le 12 décembre 1913, sous le nom de Zentrale for Streikversicherung, était inauguré à Berlin une sorte d'office central destiné à consolider l'entente entre les groupes patronaux contre les organisations ouvrières et les menaces de grèves. Les patrons adhérents, dès la formation, occupaient 675.000 ouvriers auxquels ils distribuaient 704 millions de marks de salaires annuels. C'est là un nouvel exemple des tendances au groupement et à la concentration (1).

Les cartels. — Dans certaines industries, la concurrence intérieure ou étrangère devenant de plus en plus âpre, les producteurs, plutôt que de se ruiner les uns les autres, ont préféré s'entendre : de là, les cartels ; ils sont fils de la nécessité « Die Kartelle sind die Kinder der Not ». Leur but était

(1) Fédération des industriels et commerçants français. *Bulletin* du 15 février 1914.

d'abord bien défini : limiter la production et établir des prix de vente qui réservent une marge suffisante de bénéfices. Le danger de l'avilissement des prix n'existe plus. Souvent le cartel comprend une double organisation : à la société de producteurs est adjointe une société ou bureau de vente (Verkaufsbureau), spécialement chargé de vendre au mieux des intérêts des associés, mais à des prix qu'il détermine. L'entreprise, qui fait partie d'un cartel, aliène donc une partie de sa liberté et de son autonomie, puisqu'elle doit subir des conditions qui lui sont imposées de façon absolument précise quant à la capacité de sa production (mine ou usine) et au prix de vente au consommateur. On conçoit, dès lors, que certains produits seulement sont susceptibles d'être l'objet d'un cartel : ceux dont les conditions de fabrication ou de production sont assez uniformes pour que le prix de revient puisse en être exactement établi. Les résultats d'une enquête faite en 1913 par le gouvernement allemand donnent une juste idée de la nature de ces produits et en même temps de la place occupée par les cartels dans l'industrie allemande. 387 cartels se répartissaient ainsi : articles en cuir et caoutchouc, 8; houille, 19; fer, 62; métaux autres que le fer, 11; produits chimiques, 46; matières textiles, 31; bois, 5;

papier, 6; verre, 10; pierre céramique, 163; alimentation, 17; électricité, 2; divers, 2.

Le cartel ne peut évidemment fonctionner qu'en admettant une confiance réciproque entre les contractants; c'est dire que le comité de direction doit exercer des pouvoirs de surveillance quelque peu inquisitoriale. L'inspecteur a le droit de tout vérifier et de frapper les contrevenants de lourdes amendes. Le cartel, en un mot, suppose de la part des coassociés l'esprit de discipline, de soumission à l'autorité, de solidarité. Par contre, le cartel assure la marche régulière des grandes industries, et, en temps de crise, leur fournit des moyens de défense efficaces; il permet d'éviter des catastrophes dont la répercussion est aussi péniblement ressentie par les ouvriers que par les patrons; il procure des avantages qui compensent largement les exigences qu'il impose et il suffit de constater la floraison des cartels en terre allemande, se perpétuant depuis nombre d'années, pour s'en convaincre sans autre preuve.

Le dumping. — Le cartel étend son action par des manœuvres qui favorisent l'exportation et facilitent la conquête des marchés étrangers; il en est venu à pratiquer méthodiquement le dumping (dump, en anglais, décharger). Ce procédé consiste à vendre une marchandise au rabais, au-

dessous même du prix normal, sur le marché extérieur, afin d'y ouvrir un nouveau débouché et en même temps d'y écouler les excédents de production — dont l'usine allemande est coutumière — et qui n'auraient pu trouver preneur sur le marché intérieur. S'il y a perte dans cette opération, le cartel la récupère et constitue son gain en élevant dans la mesure voulue les prix faits au consommateur national. Ce dernier ne se laisse pas toujours écorcher sans porter plainte aux pouvoirs publics ; mais il n'est pas le plus fort et il doit généralement courber l'échine et se consoler en pensant que l'exploitation dont il est l'objet est utile à l'expansion allemande.

Les prix d'exportation, résultats du dumping, accusent des rabais considérables parfois. On a vu le syndicat des cokes vendre en Bohême 8 marks 17 la tonne qu'il vendait 17 marks en Allemagne. Pour certains produits existaient des doubles prix très différents. Le dumping favorisait même parfois la concurrence commerciale des étrangers en leur permettant de réimporter en Allemagne des produits allemands après les avoir plus ou moins ouvrés. « L'exemple le plus typique, que cite M. Hauser (1), est celui de l'industrie hollan-

(1) V. *Les méthodes allemandes d'expansion économique*, par Henri Hauser, chap. II ; Les Cartels et le Dumping, Paris, 1916.

daise et belge des clouteries ; elle est vraiment fille du dumping allemand. 125 marks la tonne de fils de fer en Allemagne, 98 en Hollande, un prix moins élevé de la main-d'œuvre, c'était un écart final de 30 p. 100 qui permettait aux pointes hollandaises d'arriver dans la région de Dusseldorf ci-devant fournisseuse de la Hollande. Victime du dumping du cartel des fils de fer, le cartel des pointes, pour se défendre, devait faire du dumping à son tour, vendre au dehors 14 marks le quintal contre 25 au dedans ». Ainsi, les effets du dumping avaient des répercussions parfois déplorables entre industries clientes les unes des autres, industries de produits bruts et industries de transformation.

Malgré tout, une grande enquête impériale de 1903 sur les cartels conclut en leur faveur, sans juger sévèrement l'attitude du plus important de tous, le syndicat rhénan-westphalien des houilles. Les défauts du dumping étaient atténués souvent et corrigés par des ententes entre cartels ou syndicats qui, en compensation des écarts de prix, se concédaient mutuellement des primes à l'exportation.

Les prix d'exportation étaient fréquemment variables suivant les marchés. Ainsi les poutrelles allemandes, dont le prix de revient oscillait entre 85 et 95 marks la tonne, étaient vendues de 120 à

125 marks en Suisse, de 103 à 110 en Angleterre et 75 seulement en Italie. Certains commerçants étrangers français, anglais, hollandais, italiens, etc., ne considérant que leurs intérêts particuliers d'acheteurs en Allemagne, jugeaient le dumping une mesure excellente; ils y applaudissaient, prétendant qu'il appauvrissait l'industrie étrangère exportatrice! Ne faut-il pas aller jusqu'à supposer que des pots-de-vin étaient habilement distribués par les cartels? On a vu, en effet, des administrations françaises se procurer des quantités importantes de matériel de chemin de fer en Allemagne; elles payaient, par exemple, avec un rabais — comparativement aux prix français — de 30 centimes le kilogramme-locomotive.

Depuis lors, on a mieux compris quelles pouvaient être les conséquences du dumping et sa raison d'être. Pourquoi au début de la guerre manquions-nous d'acide phénique pour la fabrication des explosifs? Parce que, précédemment, le ministère de la Guerre français l'achetait par adjudication aux Allemands, avec des rabais tels que nos industriels ne pouvaient songer à créer à grands frais une industrie qui n'était pas susceptible en France de donner des bénéfices.

Le dumping n'est pas seulement, comme on devrait le croire, un expédient destiné à remédier

à une surproduction momentanée, un moyen d'exportation forcée, mais il est un système parfaitement raisonné et d'un usage permanent; il a aussi pour but, sur un marché étranger, d'écraser, de faire disparaître des industries nationales concurrentes, ou même de les empêcher de naître. C'est un procédé factice et malhonnête en ce qu'il fausse les rapports commerciaux entre les nations, annule les effets des tarifs de douane et transforme en chiffons de papier les traités de commerce. Néanmoins, on ne saurait contester qu'entre les mains des Allemands il était une arme de conquête économique qui atteignait son but et, sans aucun doute, il a contribué à l'invasion de leurs produits sur les marchés extérieurs.

Le commerce d'exportation. — D'une manière générale, toutes les forces de la nation, le gouvernement, le kaiser personnellement, les chemins de fer, les villes, les associations de tout genre s'unissent en Allemagne pour le développement des affaires, et surtout du commerce d'exportation. Le terme d'exportation y a une puissance magique pour faire tomber les barrières qui gênent le transport ou la sortie d'une marchandise; on ignore les analyses soupçonneuses et les règlements étroits de nos douanes françaises bien faits pour

détourner les plus honnêtes négociants des envois à l'étranger.

Des sociétés (Exportverein) s'occupent spécialement du commerce extérieur. Les ports, comme Hambourg, sont si bien outillés pour l'exportation qu'ils deviennent des marchés internationaux servant à la sortie d'Europe des produits fabriqués même en dehors de l'Empire, venant d'Autriche, d'Italie, de Russie... Onze cents maisons de commission à Hambourg ont des rapports suivis avec tous les coins du monde où elles ont des correspondants attitrés. Les musées commerciaux de Hambourg, formés avec l'aide des consuls et des agents des compagnies de navigation, renferment des collections d'échantillons de toute nature et de tous pays qui font connaître la marchandise ou l'objet qu'il est intéressant de proposer ici ou là.

Les renseignements commerciaux. — L'exportation a de précieux instruments dans les bureaux de renseignements commerciaux — souvent subventionnés par le gouvernement — qui indiquent exactement la solvabilité des clients en Allemagne et à l'étranger, les formalités douanières à remplir, la marche à suivre pour le recouvrement des créances et le règlement des affaires contentieuses.

Telle était l'agence ou institut Schimmelfeng,

dont M. Léon Daudet a si bien éventé, à la veille de la guerre, les procédés d'espionnage (1) ; installée à Paris vers 1890, elle avait des succursales à Bordeaux, Lyon, Marseille. Sous le prétexte de recueillir des renseignements commerciaux à l'usage de sa clientèle, elle collationnait des fiches de renseignements sur toutes les maisons françaises, commerciales et industrielles, dont elle envoyait copie à son siège central, à Berlin ; son but caché, mais réel, était de fournir aux maisons allemandes le moyen d'envahir à bon escient le marché français grâce à de précieuses indications sur les concurrents qu'elles y rencontreraient.

Les renseignements commerciaux sont fournis aussi par les consulats. M. Georges Blondel pouvait dire en 1900 : « Les consulats allemands semblent bien n'avoir eu jusqu'ici qu'un rôle minime dans le développement économique de l'Allemagne » (2) ; mais, depuis lors, ils ont été multipliés et réorganisés et ils sont devenus des informateurs commerciaux. Le consul allemand n'est plus une machine à signer les passeports, mais un homme d'affaires sur les capacités commerciales duquel ses compatriotes peuvent compter, presque un placier de

(1) *L'avant-guerre,* chap. II, Paris, 1914.

(2) *L'essor industriel et commercial du peuple allemand,* 3e édit., Paris, 1900.

produits germaniques. « Si cela lui rapporte des bénéfices, dit M. l'abbé Wetterlé, peu importe. Ses supérieurs ne lui en feront aucun reproche, pourvu que l'industrie allemande bénéficie de son activité ». Cette conception a le mérite d'être pratique.

L'émigration. — L'émigration a fourni à l'Allemagne des foyers d'influence qui sont autant de points d'attache, de canaux naturels à l'exportation. Loin d'être une cause de faiblesse pour l'Empire, l'émigration a été un des moyens les plus efficaces pour le développement du germanisme et de la prospérité commerciale. Des colonies allemandes se sont établies dans les Amériques, en Australie, en Orient, en Asie (colonies hollandaises et Chine), en Afrique (colonie du Cap), tandis que des Allemands très nombreux sont disséminés en Russie, France, Angleterre, Italie, Danemark, Suède, Norvège, Serbie, Roumanie, Bulgarie, Turquie. Et afin que l'esprit allemand se conserve utilement pour la mère-patrie dans ces groupements en terre étrangère, le gouvernement de l'Empire veille à ce que des rapports constants soient entretenus avec eux, afin d'y perpétuer l'emploi de la langue allemande, des habitudes allemandes, de la culture allemande. On leur envoie d'Allemagne

des brochures, des tracts, des subventions pour la création d'écoles allemandes. Une revue hebdomadaire, *Die Woche* (La Semaine), sert de trait d'union ; le texte comprend des études sur les inventions nouvelles et les maisons qui les exploitent, sur les progrès des entreprises allemandes ; des indications sur les offres et demandes d'emploi, sur les débouchés commerciaux et une vingtaine de pages d'annonces, parfois davantage, consacrées aux marchandises d'exportation. *Die Woche* compte 300.000 abonnés en dehors de l'Allemagne ; c'est vraiment le flambeau chargé d'échauffer et d'entretenir le patriotisme des émigrés. Une autre publication du même genre, *Deutschtum in Ausland,* s'adresse aux Allemands de la métropole, professeurs, industriels, commerçants dévoués à la propagande pangermaniste. « L'Empire, dit l'historien Karl Lamprecht, comme corps politique, ne s'arrête pas à ses frontières, on peut l'appeler l'État tentaculaire germanique ». De puissantes sociétés viennent en aide au gouvernement, afin de diriger l'émigration, autant que possible, vers les possessions nouvelles de l'Empire colonial. L'association coloniale (Deutsche colonial Gesellschaft), qui date d'une trentaine d'années, comprend actuellement 432 sections, dont 28 à l'étranger, et près de 50.000 membres.

L'enseignement commercial. — Les efforts pour l'expansion commerciale sont secondés par l'orientation donnée à l'esprit public dans les écoles de commerce où l'enseignement commercial est organisé suivant un plan analogue à celui de l'enseignement industriel, quoique plus simple en raison de la moindre variété des sujets d'étude. En première ligne viennent les universités commerciales, au nombre de six. Tous les cours durent deux années. Au degré moyen se placent les écoles supérieures de commerce, les écoles spéciales de commerce et les écoles réales (Realschulen) avec cours commerciaux. Les écoles ou cours de perfectionnement (Fortbildungsschulen) constituent le degré inférieur. Depuis l'extension du principe de l'obligation postscolaire, le nombre de celles-ci a suivi une progression rapide. En 1904, on en comptait déjà plus de 500. A cette même date, le nombre total des élèves fréquentant les écoles commerciales était évalué à 48.000 (1). Ce nombre est certainement aujourd'hui de beaucoup au-dessous de la réalité. L'école supérieure de Hambourg, elle seule, a 4.000 élèves. L'instruction, aux divers degrés, n'est généralement pas d'un niveau élevé, elle est nettement pratique. Ces

---

(1) V. Rapport de M. Astier, sénateur, déjà cité.

écoles sont d'excellentes pépinières qui fournissent au commerce allemand les futurs patrons, employés, agents commerciaux, commis-voyageurs, dont il a besoin.

Les employés et voyageurs de commerce. — L'Allemand est naturellement investigateur, habile à s'insinuer, patient, tenace, toutes dispositions qui sont des qualités chez un commerçant. Le jeune Allemand va volontiers respirer l'air du dehors et se fait accepter, comme employé volontaire, dans une maison de commerce à l'étranger, sous le prétexte d'apprendre la langue du pays et les affaires. Le patron se félicite d'une si bonne recrue ; le nouvel arrivant est soigneux, diligent, et tient parfaitement la place d'un autre employé qu'il faudrait rémunérer ; puis il profite de la confiance qu'on lui accorde pour préparer la moisson de l'espionnage ; il se documente sur la clientèle et retourne en Allemagne afin de tirer parti des renseignements recueillis pour le plus grand bien du commerce allemand. Combien de commerçants et industriels français ont pu s'apercevoir, après le départ du volontaire allemand, de la brèche faite dans la clientèle de leur maison ! Ils juraient, un peu tard, qu'on ne les prendrait plus à faire des économies d'employés aussi coûteuses, mais le tour était joué.

L'espionnage commercial est aussi très habilement pratiqué par des envoyés spéciaux chargés, par le gouvernement allemand ou des sociétés commerciales, d'explorer des régions déterminées, afin de s'y procurer des modèles ou des dessins à contrefaire et d'ouvrir ainsi de nouveaux débouchés... Des représentants de commerce allemands sont établis sur place dans tous les grands centres commerciaux du monde et le trafic allemand trouve en eux les plus dévoués auxiliaires. On a signalé même, par exemple dans les principaux centres d'approvisionnement de l'Écosse, des agences d'agents, sous la direction d'un agent général qui renseignait les maisons de détail du pays désirant se procurer tel ou tel produit et les mettait en rapport avec le représentant intéressé. Les objets importés en Écosse d'Allemagne et de France étaient dans la proportion de 9 contre 1. Les Écossais ne se plaignaient point des produits français, mais n'étaient pas assez visités par les maisons françaises (1).

Le voyageur de commerce allemand joue un grand rôle dans le commerce d'exportation. Les rapports des consuls en font foi. Depuis des années, les consuls français ne cessent de parler

(1) *Dossiers commerciaux*, Écosse, 23 janvier 1915.

de la ténacité, de l'activité du voyageur allemand.

Le voyageur allemand a souvent une formation et une instruction complètes, c'est-à-dire la connaissance parfaite de la langue du pays visité, des produits rivaux, des tarifs de douane et de transports. La maison allemande a soin de l'échantillonner très largement et de lui laisser une grande latitude pour traiter une affaire ; elle a en lui plutôt un collaborateur qu'un employé.

Le voyageur allemand fait preuve « d'une énergie qui va jusqu'à l'obsession » à l'égard du client dont il sollicite un ordre ; c'est « un être gluant », dit M. l'abbé Wetterlé, d'un mot très expressif, et cette insistance est souvent couronnée de succès. Les maisons allemandes s'imposent de très lourds sacrifices pour faire voyager. Aussi pourrait-on dire que partout où il y a un acheteur, on trouve des traces de voyageur allemand. Afin d'établir des relations personnelles du vendeur avec l'acheteur, considérées comme des plus utiles, les voyages sont très répétés. Méthode coûteuse, observera-t-on, mais bonne pourtant puisqu'elle réussit et qu'elle rapporte au commerçant allemand.

On reproche aux commerçants et industriels français et anglais de mépriser les commandes de minime importance, même si ce sont des commandes d'essai. A ce propos, un auteur anglais, Sid-

ney Whitman (1), raconte cette anecdote : « Jadis, à Wiesbaden, un pharmacien d'une des villes des bords du Rhin perdit au jeu 1.000 florins, bien grosse somme pour un homme dans sa situation. De retour chez lui, il regrettait amèrement sa folie. La nuit suivante, encore éveillé, il entendit sonner la sonnette de sa boutique; il se mit aussitôt à la fenêtre et aperçut une vieille femme auprès de sa porte. Il lui demanda ce qu'elle désirait et elle lui répondit : « Un peu de pommade pour un demi-sou ». « Voilà comment maintenant l'argent va me revenir », murmura-t-il avec résignation. De même le voyageur allemand ne se rebute pas; il accepte la petite commande d'un client, car c'est le moyen de gagner ses faveurs.

Un seul produit, souvent, n'est pas d'une assez grande vente pour supporter les frais d'un voyage à l'étranger. Ici l'esprit d'association du commerçant allemand se réveille : il s'entend avec deux ou trois autres industriels producteurs d'articles intéressant la même clientèle, afin de faire voyager à frais communs. Grand nombre de petites maisons allemandes se sont fort bien trouvées de l'emploi de cette méthode pour des articles de parfumerie, orfèvrerie, quincaillerie, bazar, etc...

---

(1) *The War on German Trade* Londres, 1914.

Les procédés de vente. — L'objet d'une vente facile est évidemment celui qui plaît à l'acheteur et dans ce but le commerçant allemand se fait le serviteur de son client; il a la préoccupation de fabriquer et de livrer une marchandise conditionnée suivant les habitudes, les coutumes, les besoins du pays où il veut vendre, et qu'il connaît, grâce aux renseignements recueillis par un voyageur lors d'une précédente tournée ou fournis par les agences d'exportation.

On pourrait citer de nombreux exemples prouvant que la vente dépend souvent d'une qualité accessoire de l'objet vendu : forme d'un mouchoir de tête pour les femmes russes; forme d'un couteau en Serbie, couleur d'un enveloppage d'aiguilles à coudre au Brésil, forme, dimension, poids, couleurs, modèle, type, etc., détails, assurément, qui ne contribuent que peu à la valeur de l'objet en soi, mais beaucoup à la valeur marchande. Et les Allemands attachent avec raison à ces détails une très grande attention.

L'imitation et la contrefaçon. — L'imitation est, pour l'Allemand, un système raisonné, une véritable méthode. Voici un exemple. Une société allemande veut installer de grands ateliers de construction de machines-outils qui doivent sans

tarder fournir une production perfectionnée. Comment procède-t-elle? « L'idée directrice qui a présidé à cette entreprise — lisons-nous dans une notice consacrée aux ateliers Ober Schoeneweide, situés près de Berlin — a été de chercher à entrer en relations avec une maison américaine de premier ordre, de façon à profiter, dès le début, de l'expérience acquise pendant de longues années de pratique dans la construction de machines-outils puissantes et d'éviter ainsi les pertes de temps qu'eussent entraînées un apprentissage et des essais personnels. On a donc conclu une entente avec la Niles Tool Works Co. d'Hamilton O., universellement connue pour la bonne construction et l'exécution parfaite de ses machines, et signé avec cette compagnie un contrat par lequel elle cédait à la société allemande le droit de faire usage de tous ses modèles et procédés relatifs à la construction des machines-outils ». Ce cas particulier montre en quelle estime est tenue l'imitation en Allemagne. Mais, en fait, pour la mentalité allemande, imitation et contrefaçon sont termes synonymes.

L'Allemand copie ou contrefait des modèles de nos grandes maisons de porcelaine de Limoges, nos lainages, nos articles de bonneterie, etc.

« L'espionnage dans les industries d'art, nous

dit M. Marius Vachon (1), était porté aux plus hauts degrés, à la fois du cynisme, de l'audace et de la flibusterie. Il y avait à Paris des hôtels, tenus par des Allemands, qui étaient de véritables officines de cet espionnage, installées avec des ateliers photographiques munis des appareils les plus modernes. A certaines heures de la journée, des courtiers en marchandises apportaient dans ces officines les modèles nouveaux qu'ils avaient pu obtenir en communication de la naïve confiance des grandes maisons artistiques avec lesquelles ils étaient en relations; et, en un clin d'œil, ces modèles étaient photographiés, grandeur nature, en relief et sur toutes les faces. A d'autres heures, c'était un long va-et-vient d'employés subalternes des grands hôtels à la mode qui avaient pu enlever pendant quelques heures des pièces d'argenterie achetées récemment et qui pouvaient présenter un grand intérêt comme spécimens des plus récentes créations de telle ou telle maison d'orfèvrerie parisienne, exécutées spécialement pour ces hôtels ». A l'une de ces officines était annexé un bureau de renseignements sur les bre-

---

(1) *La guerre artistique avec l'Allemagne*, par Marius Vachon, missionnaire du ministère des Beaux-Arts de 1882 à 1898, p. 26. 1 vol. Paris, 1916.

vets ou objets déposés, dirigé par un faux Suédois astucieux et très expert en ces matières. « Des agents spéciaux étaient chargés de visiter avec le plus grand soin les salons annuels, les expositions de concours de fin d'année dans les Écoles d'arts décoratifs ou d'art industriel de Paris et d'y acheter les dessins et les modèles présentant quelque caractère de nouveauté ».

« Le fait saillant de la concurrence allemande (1), dit un de nos consuls en Angleterre, est d'abord l'imitation servile d'un produit en faveur et ensuite la vente à plus bas prix. Les Allemands n'essaient pas de vendre un produit qui soit caractérisé par son originalité, par un mérite propre, ils se bornent à faire tout ce que font les autres, à copier tout ce qui est bon et à le vendre meilleur marché que les autres. Leurs moyens et leurs méthodes pour arriver à ce résultat sont connus, c'est une question soit d'outillage, soit d'organisation, soit d'avantages spéciaux, en matière de transports ».

L'Allemand n'est pas scrupuleux dans le choix des moyens. Le succès justifie la fraude. Ainsi, il vend souvent à l'exportation sous des désignations et étiquettes françaises quand il y a avantage (2).

---

(1) *Dossiers commerciaux :* Angleterre, 23 novembre 1914.

(2) Il serait facile de multiplier les exemples empruntés aux rapports des consuls. V. *Dossiers commerciaux :* Grèce, 24 décembre 1914 ; Pologne, 23 janvier 1915.

Hambourg est un centre de produits truqués, falsifiés ; il en sort des vins de Bordeaux, des cognacs, des savons de Marseille, des conserves de Nantes, d'origine purement germanique ! Les marques de fabrique sont contrefaites. La coutellerie de Sheffield est l'objet de semblables manœuvres. Les maisons allemandes faisaient un commerce d'exportation de coutellerie dépassant 4 millions en 1913, dont une bonne partie portant la marque « Sheffield » était vendue au Canada, dans l'Afrique du Sud et ailleurs, comme étant de provenance anglaise. En Allemagne même, dans les provinces du Sud-Est et les villes de Bohême, on employait de même « la coutellerie de Sheffield » qui n'avait pourtant jamais passé par les fabriques du Yorkshire. Et, depuis la guerre, comme on a, en Allemagne et en Autriche, en horreur tout ce qui est Anglais, afin d'écouler les stocks de cette coutellerie de contrefaçon, il a fallu prévenir les acheteurs allemands par de multiples avertissements que les lames de couteau, malgré la marque de Sheffield, étaient un produit allemand ! ! !

Marchandise bien étalée est à demi vendue, disait Montaigne. Aussi les Allemands veillent à la présentation, à l'habillage, à l'emballage ; il est nécessaire de donner « de l'œil » à l'article « camelote » qui en a grand besoin, qui doit singer l'ar-

ticle de luxe et plaire aux gros bataillons d'acheteurs.

La publicité. — La publicité sous toutes ses formes, catalogues, réclames dans les journaux et revues, affiches dans certains cas, est indispensable pour parfaire l'œuvre du voyageur. Le catalogue de la maison allemande est abondamment illustré, luxueusement édité dans la langue du pays acheteur, avec les prix en monnaie correspondante, marchandise rendue franco bord au port de destination, y compris fret, assurance, droits de douane ou même rendue franco au domicile de l'acheteur. Les rapports de nos consuls insistent constamment pour l'établissement des prix dans ces conditions, l'acheteur pouvant ainsi, sans de longs calculs, se rendre compte immédiatement des engagements pris pour ses commandes.

Les réclames ou annonces en faveur des produits allemands étaient abondantes dans les journaux étrangers. Qu'on ouvre, par exemple, notre *Revue des matériaux de construction et de travaux publics*, d'avant la guerre. On y verra des annonces très nombreuses de produits de métallurgie allemande (1). Et que dire des annonces répétées

(1) V. *Le commerce français aux mains des Allemands*, par Paul de Mirecourt, Paris, 1914, p. 47.

partout, dans les journaux illustrés, pour vanter les extraordinaires vertus de certains produits pharmaceutiques! Il y a mieux. M. Blondel a signalé (1) des journaux, imprimés en Allemagne, en langue japonaise et chinoise, et distribués au Japon et en Chine par les soins des consuls pour y aider l'exportation allemande!!

Le système consistant à créer des dépôts de marchandises est pratiqué à l'étranger dans les régions où la vente semble devoir se développer. L'acheteur a l'avantage de ne prendre livraison qu'au fur et à mesure de ses besoins. Les fabricants de couleurs d'aniline ont ainsi capté le marché espagnol où ils font un chiffre d'affaires qui atteint 18 millions par an. La maison Bayer a un dépôt à Barcelone et ses chimistes sont constamment à la disposition des acheteurs pour les démonstrations ou essais désirables (2).

Très habilement, les Allemands savent, quand c'est possible, passer entre les mailles des tarifs douaniers, grâce à des modèles spéciaux pour l'exportation. Des articles de fabrication légère permettent de réduire les droits de douane

---

(1) *L'essor commercial et industriel du peuple allemand,* déjà cité, p. 243.

(2) *Dossiers commerciaux :* Espagne, 31 octobre 1914.

qui dépendent du poids; des pièces séparées de machines sont envoyées dans le pays destinataire où elles sont montées et assemblées sur des pièces lourdes, fondues et forgées sur place.

Ainsi la maison Siemens et Schuckert, voulant implanter sa construction automobile au Japon, a créé à Kobé une usine de construction automobile. Les châssis seuls expédiés d'Allemagne paient les droits de douane.

Au reste, on verra plus loin comment s'est généralisée l'émigration de maisons allemandes hors d'Allemagne.

L'organisation financière.

L'organisation financière en Allemagne a exercé sur le développement de l'industrie et du commerce une influence plus marquée que dans aucun autre pays. Le banquier allemand n'est pas resté un caissier doublé d'un teneur de livres, il est devenu un véritable marchand de crédit, il est le trait d'union entre l'offre et la demande de capitaux. « Le banquier allemand est un vrai commerçant, un commerçant — suivant l'expression imagée de M. G. Blondel — qui a une main tendue vers les capitalistes qui lui demandent de faire fructifier leur argent, l'autre main ouverte pour les industriels qui cherchent à mettre cet argent en valeur ».

La banque allemande. — La banque allemande est réellement une banque d'affaires : elle ne se borne point à faire de l'escompte à court terme et à ouvrir des comptes courants, elle va de l'avant sans craindre même la confusion des opérations.

Elle reçoit en dépôt l'argent disponible, le prête aux négociants par la voie du crédit ; elle lance au besoin des affaires et, dans une large mesure, prend part à leur direction. La National Bank, par exemple, dit dans ses statuts (art. 2) : « Le but de la société est l'exploitation des affaires de toutes sortes : banque proprement dite, opérations financières, crédit, émissions, affaires industrielles et immobilières ».

La banque allemande a été amenée à remplir ces fonctions variées, multiples, disparates, sous la poussée d'un développement industriel trop rapide ; et, à tort ou à raison, elle s'est prêtée à ces exigences. Ce n'a pas été sans courir des risques. En 1872 (1), le capital des banques allemandes dépassait un milliard de marks et, par suite de la crise de 1873, plus de 70 banques, représentant un capital-action de 430 millions, durent liquider. Or, en 1913, le chiffre d'affaires des neuf principales banques allemandes équivalait sensiblement à celui de nos cinq grands établissements de crédit ; mais, tandis que le groupe français avait en portefeuille un demi-million de francs de papier commercial de plus que le groupe allemand, ce dernier détenait en crédit, prêts, avances, etc...,

(1) V. H. Hauser, ouvrage cité, p. 67 et 75.

1.200 millions de plus que le groupe français.

C'est dire que les grandes banques allemandes avaient pu suivre le mouvement des affaires, prospérer, trouver un régime d'équilibre suffisamment stable. De quelle façon? Les grosses maisons remplacent les petites. Les crises de 1890-1891, puis de 1901, en ruinant les banques locales, profitèrent aux sociétés assez fortes pour résister à la tourmente. La concentration des capitaux, cherchant plus de sécurité, se fit dans leurs caisses. De 1899 à 1904, le chiffre des dépôts et comptes créditeurs des neuf plus grandes banques a passé de 1.360 à 2.503 millions. Les banques trop faibles ont été obligées de fusionner avec elles. La Deutsche Bank a absorbé 49 banques, la Disconto 28, la Dresdner 41, tandis que le capital de chacune d'elles a été porté à 200 millions de marks. Il y a plus ; le phénomène de la concentration a eu pour conséquence la formation de puissants groupements. Grâce aux banques annexes ou affiliées, la Deutsche Bank dispose en réalité d'un capital global de 691 millions de marks, 979 millions avec les réserves; la Disconto, de 504 millions, 662 avec les réserves ; la Dresdner, 253 et 321 millions. Un certain nombre d'autres groupements se sont constitués.

On conçoit aisément l'empire que ces banques

unies par un accord tacite et des intérêts communs, aidées par l'appui gouvernemental, peuvent exercer sur le commerce et l'industrie. La dépendance de certaines industries est telle qu'au Congrès de Munich, en 1912, on a pu dire sans exagération « que les administrateurs des banques étaient les véritables dirigeants de l'industrie allemande ».

L'association intime entre la banque et l'industrie se manifeste dans les émissions de valeurs industrielles, les avances ou crédits accordés, la participation directe aux affaires.

Pendant quinze années, de 1885 à 1900, les banques ont placé pour 30 milliards de valeurs industrielles sur le marché allemand ; puis, après une période d'accalmie, à partir de 1906, les lancements reprenant de l'importance se sont élevés à environ un demi-milliard par an.

Ce sont là des services rendus qui sont notables, mais ce qui est caractéristique, remarquable, surprenant, en se plaçant au point de vue des habitudes et de la mentalité françaises, c'est de constater le concours large et dévoué que prêtent les banques allemandes à l'établissement, puis au développement des entreprises privées en pratiquant avec elles la commandite sous toutes les formes : avances pour la fondation de l'usine, pour le renouvellement ou le perfectionnement de

l'outillage au cours de l'exploitation, secours en temps de crise. Qu'on ne s'imagine pas cependant que le crédit soit accordé aveuglément; il est la conséquence d'une enquête à laquelle se livre la banque, et qui tient compte, non pas seulement des garanties pécuniaires du négociant, mais des garanties personnelles, intelligence, probité, habileté professionnelle, etc... Et la banque continue à suivre son client dans la marche de ses affaires, la bonne ou la mauvaise fortune. Elle examine les livres de commerce, se renseigne sur la clientèle. S'agit-il d'une société anonyme? Elle y introduit un représentant technicien ou un financier capable de contrôler de manière permanente la marche des opérations. Les banques sont souvent spécialisées : l'une s'intéresse aux affaires électriques, l'autre à la métallurgie, une autre aux chemins de fer, aux brasseries, etc. Ainsi la banque n'exerce son patronage qu'à bon escient.

On peut dire que toutes les grandes entreprises allemandes d'électricité, de charbonnages, de métallurgie, etc., soit séparément, soit par groupes, sont sous la dépendance d'une ou de plusieurs banques, de telle sorte que les risques financiers sont fractionnés, et s'équilibrent les uns par les autres. Dans ce même but, les grandes banques ont chacune un bureau spécial, qui négocie des

ententes secrètes, l'acceptation mutuelle du papier, et constitue ainsi des garanties réciproques.

Les longs crédits. — Parmi les causes de succès du commerce allemand, il faut signaler les facilités de paiement accordées par les maisons allemandes. La nécessité des longs crédits est un refrain qui revient sans cesse dans les rapports de nos consuls. Sans long crédit, la vente est, généralement parlant, impossible à l'étranger. Chaque pays a, pour ainsi dire, des modes de paiement particuliers, auxquels l'exportateur doit se soumettre s'il veut nouer des affaires suivies ; s'il exporte, par exemple, en Angleterre, marché de gros débouchés très désirables, il doit se soumettre à deux conditions : 1° accorder un crédit d'une assez longue durée, et 2° rester pendant ce temps à découvert, car les maisons anglaises ne veulent généralement pas accepter des traites et ont pour habitude de payer par chèques. Qui veut exporter en Russie, Roumanie, Serbie, est dans l'obligation de consentir des crédits de six mois, neuf mois, ou même davantage, demandés par les meilleurs clients, le terme de paiement dans ces pays agricoles dépendant de la date de vente de la récolte. D'une manière générale, lorsque l'expédition des marchandises est faite en pays lointains, la durée des transports,

les délais de retour de fonds obligent le vendeur à attendre, plusieurs mois, le paiement.

Les commerçants allemands ne font aucune difficulté d'accorder à l'acheteur tous ces délais de paiement. Ils s'accommodent des exigences de leur clientèle, car « ils obtiennent chez eux, dit M. Landry, des facilités de crédit correspondant à celles qu'ils accordent » (1). A Barcelone, des produits chimiques sont vendus avec un crédit de six mois, mais, « à l'échéance, si le client demande une prorogation, il l'obtient facilement, même après six mois ; les maisons allemandes veulent avant tout vendre et absorber toute la consommation. Elles ne rompent jamais avec un client en qui elles ont confiance » (2). Il y a mieux encore : le paiement s'effectue sans date fixe ou par échéances successives, au fur et à mesure des quantités employées par le consommateur, chez lequel a été fait un dépôt de la marchandise. C'est dans ces conditions que sont vendues les encres et pâtes d'imprimerie à Santander (3).

Comme preuve de l'extrême complaisance d'Allemands voulant entrer en relations d'affaires

---

(1) *Notre commerce d'exportation,* par A. Landry, Paris, 1916.

(2) *Dossiers commerciaux :* Espagne; région de Barcelone, 31 octobre 1914.

(3) *Dossiers commerciaux :* région de Santander, 26 février 1915.

avec une maison sérieuse, un de mes amis d'une ville de l'Ouest me rapportait le fait suivant. Un voyageur allemand s'était présenté pour la vente de machines agricoles; sur l'observation faite par mon ami, objectant avoir déjà en magasin des machines américaines du même genre, il proposa de faire l'envoi d'Allemagne, sans aucun frais, d'une série de machines. Elles resteraient en dépôt pendant une année et si, au bout de ce temps, elles n'étaient point vendues, la maison allemande prendrait à sa charge tous les frais de retour. C'est ce qui arriva, par suite de la non-vente. Et tout se régla finalement sans difficulté.

L'Allemand non seulement s'accommode des exigences de crédit qu'il trouve dans les pays étrangers, mais encore il va au-devant, il les favorise par esprit de concurrence ou pour enlever une affaire et donne ainsi à l'acheteur des habitudes détestables.

Il serait aisé de citer d'autres faits démontrant de façon manifeste la remarquable élasticité des conditions de placement et de vente des produits allemands et qui n'est possible que grâce à une élasticité correspondante des crédits accordés aux négociants par la banque allemande. Surtout quand il s'agit d'exportation, la banque allemande escompte des traites à très longues échéances

(des machines à imprimer sont vendues, contre traites acceptées, avec des crédits de 24 à 60 mois), se porte même « ducroire » avec certains acheteurs, dans les pays les plus lointains, fait des avances aux négociants sur un connaissement, sur des commandes à livrer ou même des ordres en main. Le taux réclamé peut être élevé, mais si l'escompte réduit les bénéfices, le négociant qui a touché de l'argent peut l'employer immédiatement dans des affaires nouvelles. Cette coopération des banques permet à des maisons ne disposant que d'un petit capital de donner une grande extension à des affaires d'exportation dans les pays d'outre-mer où il ne faut pas songer à s'affranchir de la servitude des longs crédits.

On ne s'expliquerait pas une pareille attitude de la banque allemande sans une organisation complète du commerce d'exportation. Ce commerce fait partie depuis fort longtemps du programme des grandes banques. « Le but de la société, lit-on dans les statuts de la Deutsche Bank, dès 1869, est l'exploitation d'affaires de banque de tout genre, en particulier promouvoir et faciliter les relations commerciales entre l'Allemagne, les autres pays européens et les marchés d'outre-mer ».

L'organisation bancaire pour le commerce extérieur. — Les banques allemandes, afin d'étendre leurs tentacules à l'étranger, de 1850 à 1870, commencèrent par commanditer des maisons étrangères, puis créèrent quelques succursales — ainsi la Deutsche Bank inaugura deux succursales, à Yokohama et à Shanghaï, en 1871, d'ailleurs sans succès, puis une autre à Londres en 1873, qui y prospéra — et enfin se mirent à essaimer suivant un procédé actuellement bien défini et consistant dans l'établissement de nombreuses filiales (*Töchtergesellschaften*) dont les attaches avec la maison mère sont plus ou moins discernables. Ce sont des banques spécialement fondées pour le développement du commerce d'outre-mer ; indépendantes par certains côtés et cependant étroitement liées à la maison dont elles émanent ; restant sous sa surveillance par suite de la présence dans leurs conseils d'administration de délégués envoyés d'Allemagne. La maison allemande fournit le capital de fondation, établit solidement son influence sur la marche du nouvel établissement, mais ne conserve ensuite qu'une faible part des actions primitivement émises. C'est un excellent moyen de drainer des capitaux étrangers, de les faire travailler au profit de l'Allemagne dans des banques qui portent souvent le masque de banque

nationale tout en réduisant les risques et aussi en les divisant en raison du grand nombre des filiales créées.

La Deutsche Bank, en prenant les devants dans cette voie, a joué un grand rôle par la diffusion des banques allemandes à l'étranger. Elle créa les premières filiales en 1871 à Brême, en 1872 à Hambourg et en Amérique, où la banque filiale allemande d'outre-mer grandit sous la raison sociale Banco Aleman Transatlantico, qui a elle-même plus de 20 filiales en Argentine, au Chili, au Pérou, en Bolivie, en Uruguay, à Rio. La Disconto, la Dresdner, un peu plus tard, suivirent à leur tour l'exemple de la Deutsche Bank.

L'établissement des filiales dans des centres commerciaux d'outre-mer paraît une heureuse idée ; elles constituent pour l'exportation « un peu partout dans le monde, — suivant une expression de M. Ansiaux, professeur d'économie politique à l'Université de Bruxelles (1), — des points d'appui financiers comparables à ces stations de charbon dont l'Angleterre a jalonné la route des Indes. Ces établissements de crédit teutons visent à jouer dans les pays du dehors le rôle que remplissent les banques en Allemagne même ». Ces banques

---

(1) *L'expansion de l'Allemagne*, par H. Andrillon, p. 222.

spéciales peuvent adapter leurs manières de procéder aux exigences des pays qu'elles ont choisis pour leur champ d'action, installer des annexes dans les localités voisines du siège principal et recueillir sur place des renseignements commerciaux précis qu'elles réunissent dans un bureau central, véritable agence où le client a sa fiche indiquant les variations de sa situation commerciale. En certaines régions, la banque possède des magasins où elle reçoit les marchandises expédiées d'Allemagne et les livre contre paiement au destinataire (1).

On comprend aisément que les moyens d'informations et de garantie diminuent, dans une large mesure, les inconvénients des longs crédits et permettent à la Banque, en Allemagne, d'avancer immédiatement à un commerçant, sur une traite présentée, 75 à 80 p. 100 de sa valeur, le paiement du surplus étant différé jusqu'à la liquidation de l'opération. En même temps, l'esprit d'entreprise du commerçant allemand est encouragé et soutenu pour le développement de sa clientèle dans des

---

(1) Les banques allemandes et le commerce d'exportation, par Georges Blondel; *Fédération des industriels et commerçants français*, Bulletin, octobre et novembre 1915. — H. Hauser, ouvrage cité. — Germania contra mundum, par Fabricius, *Fortnightly Review*, mai 1917.

pays lointains et inaccessibles autrement où cependant il est intéressant de pouvoir faire des affaires.

Un fait remarquable, c'est de voir l'esprit de solidarité dominer l'esprit de concurrence entre les grands établissements financiers quand il s'agit de fonder des banques à l'étranger. La Deutsche Bank, la Disconto, la Dresdner et autres grandes banques allemandes s'entendent pour souscrire les capitaux qui servent à l'établissement de la Deutsche Asiatische Bank, de la Deutsche Ostafrikanische Bank, de la Deutsche Orient Bank, de la Banca commerciale italiana, etc... Ainsi les banques allemandes ont des intérêts communs, enchevêtrés d'une façon fort complexe, et qui leur permettent de faire peser sur le monde entier le réseau de leurs influences.

L'organisation agricole.

L'Allemagne est largement tributaire de l'étranger au point de vue de la production agricole. Le fait est indéniable. L'agriculture y a perdu de son importance dans la vie nationale. La proportion des agriculteurs, par rapport au nombre des habitants, est constamment décroissante ; vers 1860, elle était de 60 p. 100 ; elle s'est abaissée, ces dernières années, à 28,5 p. 100.

L'agriculture allemande manque de bras; la preuve en est dans l'obligation qu'elle a, durant la saison des grands travaux, de faire appel à des travailleurs étrangers, polonais pour la plupart. Inversement, la population qui vit du commerce et de l'industrie augmente ; les déracinés de la campagne, subissant l'attraction de l'usine, affluent dans les villes allemandes qui comptent aujourd'hui 50 millions d'âmes sur une population de 67 millions. Ce phénomène caractérise nettement l'évolution industrielle et commerciale de l'Empire ; mais il a sa raison d'être.

L'Empire n'est plus en état de nourrir toute sa population avec les produits de son sol. Durant ces vingt dernières années, la production des principales denrées agricoles n'a eu qu'un accroissement assez faible, sans comparaison avec l'accroissement de la production industrielle, et cet accroissement a été constamment inférieur à l'augmentation de la population pendant la même période.

La production agricole. — La production du blé, qui était en 1893 de 3.405.000 tonnes, n'atteignait, en 1913, que 4.656.000 tonnes; le seigle, durant le même espace de temps, passe de 9.032.000 tonnes à 12.222.000 tonnes; la pomme de terre de 36.721.000 tonnes à 54.121.000 tonnes, bien que ce légume joue un rôle important dans l'alimentation populaire. Le nombre des bœufs de 1873 à 1912 s'était élevé seulement de 16 à 20 millions; celui des moutons avait beaucoup diminué, et celui des porcs, de 7 millions en 1893, avait atteint 22 millions en 1907; ce qui n'est pas surprenant, attendu que la charcuterie est une véritable industrie allemande.

De cet état de choses résulte la nécessité d'assurer la subsistance de 15 à 16 millions d'habitants par des achats de denrées alimentaires à

l'étranger. Et, par suite des habitudes de bien-être qui se généralisent dans le peuple, ces achats vont sans cesse en croissant et déterminent un écart de 3 milliards de francs environ en faveur des importations de produits alimentaires dans la balance commerciale. Les bénéfices industriels et commerciaux doivent combler ce déficit. Or, tandis que l'agriculture ne fournit qu'une quantité de main-d'œuvre limitée par l'étendue et la fertilité du sol, l'industrie fournit une main-d'œuvre indéfinie et limitée seulement par l'étendue des débouchés. En effet, la quantité de main-d'œuvre dépend de la quantité de matières premières qui sont transformées par le travail industriel et il est possible de se procurer des matières premières autant qu'on en désire. L'industrie peut être considérée comme un moyen nouveau, dans les sociétés modernes, d'accorder au travail humain des emplois rémunérateurs. Il est admissible, d'après cela, que la densité d'une population soit grandement augmentée sans qu'elle ait à craindre de mourir de faim. L'Allemagne se trouve dans la situation d'une grande ville qui ne produit pas de denrées alimentaires, et où la vie est assez facile, car elle échange la valeur de son travail industriel contre des denrées achetées au dehors.

L'enseignement et les progrès agricoles. — Est-ce à dire que l'Allemagne a négligé l'agriculture? Ce serait une erreur grossière. Le gouvernement l'a toujours encouragée de toutes ses forces.

L'enseignement agricole (enseignement supérieur, enseignement moyen, enseignement primaire, cours d'adultes) y est largement donné dans des chaires d'agriculture dépendant des universités, de nombreux instituts agronomiques, des écoles d'agriculture, écoles pratiques, écoles professionnelles spéciales (culture des prairies, horticulture, apiculture, laiterie, etc.), cours d'hiver, cours d'adultes, stations agronomiques (au nombre de 70 environ) (1).

Des chambres d'agriculture ont été fondées par le Parlement prussien en 1894. On en trouve actuellement une dans chaque province; elles s'appliquent au développement des progrès techniques et économiques; s'occupent d'organisation, d'éducation, de coopération agricoles; surveillent les marchés de grains, l'emploi des terrains de culture concédés par l'État; en s'unissant, elles ont créé un office central pour la vente du bétail

---

(1) V. *France et Allemagne, les deux agricultures*, par Gaston Sauvage, Laval, 1916. — *Les cartels de l'agriculture en Allemagne*, par A. Souchon.

et le marché de bestiaux de Berlin. Ces chambres disposent d'un personnel ambulant et de bureaux d'information (1).

De très nombreuses sociétés coopératives sont, pour la plupart, affiliées à l'Union impériale ou Reichsverband. L'Union comprenait, au 1er juin 1916, d'après le *Berliner Tageblatt* (26 octobre 1916), 28.752 sociétés coopératives, dont 97 sont des sociétés centrales ou fédérations, 17.825 banques d'épargne ou de crédit, 2.867 sociétés d'approvisionnement, 3.594 laiteries et 4.369 sociétés de divers genres. Le nombre des associés est d'environ 2.600.000. En 1916, les sociétés coopératives ont fait des achats pour une somme de 259 millions de marks.

L'agriculture allemande est scientifique et modernisée. Elle fait un emploi intensif des engrais commerciaux et chimiques : chaux, nitrate de soude, sulfate d'ammoniaque, superphosphates, sels potassiques, etc. ; elle sélectionne les semences; elle encourage la production des récoltes de grande culture en pommes de terre, foin, seigle, avoine, blé, orge. Les grands rendements sont des preuves certaines des progrès réalisés. Or,

(1) La coopération agricole en Allemagne, par Smith Gordon, *Quarterly Review*, avril 1917.

les rendements à l'hectare sont, par comparaison :

	Allemagne.	France.
Pour le blé.............	2.260 kilos.	1.380 kilos.
» le seigle...........	1.850 »	1.430 »
» la pomme de terre..	15.030 »	7.420 »

A la suite d'expériences poursuivies par la Station agronomique de Brême (station d'expériences sur les tourbières fondée en 1877), des tourbières ont été mises en culture et ont fourni des récoltes très rémunératrices en orge, avoine, pommes de terre.

Les meilleurs modes d'alimentation du bétail ont été minutieusement étudiés et appliqués. Ces questions du plus haut intérêt ont été, pendant onze années, l'objet des observations faites et des recherches entreprises à la Station agronomique de Mockern, près de Leipzig, par le professeur Kellner et à l'Institut agricole de l'Université royale George-Auguste, à Gœttingue.

L'agriculture allemande a été industrialisée ; elle fait grand usage des machines agricoles et des forces mécaniques. Il y avait, en 1912, dans l'Empire, 489.000 batteuses à vapeur, 301.000 faucheuses, 2.995 charrues à vapeur. Laiteries, fromageries, brasseries, distilleries, sucreries, en se multipliant dans les campagnes, ont eu pour effet

d'activer la production en lait, houblon, betteraves, pommes de terre.

La culture de la betterave s'étend, en Allemagne, sur 500.000 hectares des meilleures terres, qui donnent ainsi des revenus très élevés. « Quant au rendement du sucre par 100 kilos, dit M. Victor Cambon (1), il a augmenté beaucoup en Allemagne au cours de ces dernières années et oscille entre 15,50 et 16 p. 100, chiffre qui n'est approché par aucune autre nation ». Parallèlement, la sucrerie de betteraves — primitivement une industrie française — a fait des progrès remarquables ; en 1912, elle a produit 2.750.000 tonnes de sucre dans 354 fabriques, en distançant considérablement la production française qui a été, la même année, de 960.000 tonnes seulement. La pomme de terre, en Allemagne, donne des récoltes d'une valeur de plus de 2 milliards. Elle est à la fois aliment pour l'homme, le bétail, le porc et élément de fabrication d'alcool. Et pour sa conservation sans déchet, les Allemands ont imaginé de la dessécher par la chaleur ; de là une intéressante industrie qui s'exerce déjà dans plus de 300 sécheries agricoles.

Au demeurant, l'agriculture allemande est très

---

(1) *Les derniers progrès de l'Allemagne,* déjà cité, p. 44.

progressive et tire grand profit de l'application des procédés scientifiques et nouveaux. Elle mériterait d'être mieux connue en France par nos agriculteurs trop attachés à des moyens routiniers et, par ignorance, n'admettant généralement pas qu'ils sont loin d'avoir atteint la perfection pratiquement possible.

L'agriculture allemande fait école à l'étranger : « Les progrès extraordinaires de la culture allemande, dit M. V. Cambon, sont suivis avec une attention soutenue par les pays voisins : le Danemark, la Suisse, la Hollande, la Belgique, la Scandinavie, et surtout par les États-Unis. Des relations étroites lient les grandes associations agricoles de ces deux pays. Les revues américaines rendent compte régulièrement des travaux de l'agronomie allemande, qu'elles considèrent comme le modèle à imiter dans les gigantesques explorations du Far-West ». Et M. Cambon fait cette curieuse remarque montrant bien l'ascendant pris par les méthodes agricoles des Allemands : « Si l'Europe est en grande partie tributaire de la République américaine pour la machinerie rurale, réciproquement les grandes industries agricoles des États-Unis sont, pour la plupart, outillées par des maisons allemandes ».

Il ne faut pas médire de l'agriculture allemande,

qui montre les avantages d'une organisation méthodique et scientifique ; ayons plutôt à cœur de la surpasser. La terre de France serait plus féconde et plus généreuse que la terre d'Allemagne si nous savions, si nous voulions résolument tirer de ses entrailles les richesses qu'elle renferme par un travail assidu, intelligemment guidé par les enseignements de la technique moderne.

Le prince de Bülow (1) ne se fait pas d'illusion sur la très grosse importance du rôle de l'agriculture dans son pays. Il dit, en effet : « La valeur de la production agricole contrebalance celle de l'industrie, ou la dépasse même. La statistique des produits ne contient pas de données suffisantes et la question de productivité de l'agriculture ou de l'industrie ne saurait être tranchée d'une manière concluante en faveur de l'une ou de l'autre de ces branches d'industrie. Maint citadin sera cependant surpris d'apprendre que la valeur d'un seul produit agricole, le lait, par exemple, s'éleva, en 1906, à 2 milliards 600 millions de marks, tandis que la valeur de tous les produits miniers réunis n'atteignait, dans la même année, que le chiffre de 1 milliard 600 millions de marks ».

Et le même auteur (2) signalait les dangers

(1) *La Politique allemande.*
(2) Même ouvrage.

de la pléthore des produits industriels en Allemagne et du manque d'équilibre économique qui s'ensuit, par une comparaison : « Un bateau, sans lest suffisant, à mâts trop élevés et à gréements trop lourds, chavire. L'agriculture est et reste notre lest. Que l'industrie et le commerce soient la mâture et la voilure. Sans eux, le bateau n'avance pas, mais sans lest, il fait la culbute. Le capitaine d'un navire doit certainement chercher à naviguer rapidement, mais il ne doit pas vouloir acheter la rapidité de la course en sacrifiant la sécurité ».

Il y a dans ces paroles un enseignement, un avertissement pour l'Allemagne, dont nous pouvons tirer profit.

II

Les champs de la bataille commerciale.



L'expansion allemande s'est étendue dans toutes les parties du monde ; les rapports commerciaux des consuls la signalent là même où des affaires d'exportation ne peuvent être importantes.

L'invasion des produits allemands, conformément à une logique élémentaire, s'est surtout développée sur les marchés voisius et les plus riches, en France, Angleterre, Russie, Belgique, Italie, États-Unis d'Amérique. Or, précisément dans ces pays, les conditions seront désormais des plus favorables à nos efforts pour briser la concurrence allemande, puisque déjà leurs peuples, en mêlant leurs sangs sur les champs de bataille, ont échangé des gages sacrés d'alliance et d'amitié réciproques.

Voici le tableau des exportations de l'Allemagne en 1913 (1) :

	En millions de marks	Pourcentage de l'exportation totale
Exportations à destination de :	—	—
Autriche-Hongrie	1.104,8	10,9
Grande-Bretagne	1.438,2	14,2
Russie	880	8,7
France	789,9	7,8
Italie	490	4,9
Belgique	560	5,6
Reste de l'Europe	2.414,3	24,0
Asie	547,9	5,4
Afrique	210,7	2,1
Australie	103,6	1
États-Unis	713,2	7,1
Reste de l'Amérique	833,3	8,3
	10.085,9	100,0

Soit un total d'exportation dépassant, en valeur, 12 milliards de francs.

(1) *Fédération des commerçants et industriels français*, Bulletin août-septembre 1915. — *Dossiers commerciaux.*

France.
La pénétration des produits allemands.

La pénétration des produits allemands en France s'est opérée grâce à la mise en œuvre de moyens multiples et concordants : groupements d'influences allemandes ou de capitaux allemands, qui s'y implantaient souvent sous un masque de société anonyme ou même de société française; infiltration de sujets allemands qui venaient s'établir en France et y faire du négoce; échanges commerciaux réguliers ou aidés par les cartels et le dumping.

Depuis un certain nombre d'années, surtout depuis 1886, des journaux français signalaient de temps en temps les progrès de la pénétration allemande, mais sans trouver d'échos dans le public. Cette indifférence, plus apparente que réelle, avait sa raison d'être et son excuse dans la presque impossibilité de rompre en visière avec le commerce allemand, dont les intérêts étaient âprement défendus par la voie diplomatique, alors

que le gouvernement français ne voulait ni entrevoir, ni préparer une guerre néanmoins inévitable.

Il y avait des signes manifestes de l'invasion du commerce allemand capables de frapper les yeux les moins clairvoyants. En regardant les étalages des grands boulevards de Paris ou en feuilletant un Bottin aux bons endroits, on remarquait que nombre d'industriels, de commerçants de gros ou de détail portaient des noms allemands. Et ces apparences ne révélaient que faiblement la réalité. Les produits vendus par des mains allemandes étaient extrêmement variés et l'énumération en serait fastidieuse ici. Pour s'en rendre compte, on n'a qu'à se reporter aux listes de maisons austro-allemandes placées sous séquestre, au nombre de 8.000 environ.

L'accaparement des mines de fer françaises. — Un danger plus grand encore résultait des manœuvres sournoises et concertées de la finance allemande qui s'employait activement à exercer sa mainmise sur des branches vitales de notre industrie : métallurgie, électricité, produits chimiques, etc... Elle avait réussi à empiéter sur notre sol minier.

Depuis 1870, un événement économique plein

de promesses s'était produit en France : la découverte en Lorraine, Normandie, Bretagne, Pyrénées, de gisements de minerais de fer des plus riches. Il s'agit, suivant les géologues, de 3 milliards de tonnes de minerais oolithiques répartis dans les zones de Nancy (200 millions de tonnes), Briey (2 milliards), Longwy (300 millions), Crusnes (500 millions). Le bassin minier de l'Ouest, qui englobe les départements du Calvados, de l'Orne et de la Manche, comprend 15.000 hectares exploitables dont la richesse est diversement évaluée de 110 à 700 millions de tonnes.

La production du fer français augmentait rapidement ; elle avait passé de 4 millions de tonnes en 1896 à 16 millions de tonnes en 1911. Toutefois, la métallurgie allemande, disposant de charbonnages inépuisables, avait des besoins urgents de minerais de fer pour l'alimentation de ses hauts fourneaux ; et l'accaparement des mines françaises lui parut une opération tentante et des plus fructueuses.

Comment atteindre sûrement le but sans soulever de protestations ? Un exemple seulement, afin de montrer la marche suivie (1). La trèspuissante

---

(1) *L'Allemagne en France*, par Louis Bruneau, remarquable enquête sur les mines, la métallurgie, les produits chimiques, colles, gélatines, engrais. — V. aussi *L'avant-guerre*, par M. Léon Daudet.

Société des mines de Gelsenkirchen (au capital de 180 millions de marks en 1911) voulait s'assurer l'exploitation des concessions françaises de Saint-Pierremont dans le bassin de Briey (Meurthe-et-Moselle), de Crusnes-Villerupt dans celui de Longwy (Ardennes). La tactique consista à acheter la majorité des actions détenues par les actionnaires des sociétés françaises afin d'envahir les conseils d'administration. Et, les années suivantes, on vit les exploitations prospérer, en réalité au profit de la Gelsenkirchen, avec l'aide des capitaux français.

Dans les entreprises minières s'est distinguée une des personnalités les plus marquantes de l'Allemagne moderne, Auguste Thyssen, un des rois de la métallurgie. La firme Thyssen, aux appétits insatiables, mit la main sur trois concessions du Bassin lorrain français (Batilly, Jouaville, Bouligny), d'une superficie de 2.155 hectares, puis par des manœuvres d'approche et des personnes interposées, sans avoir son nom en vedette, elle se rendit maîtresse de Perrières, Soumont, Dielette, soit de 2.578 hectares (le sixième du bassin normand). Dielette, par sa situation exceptionnelle, à l'extrémité nord-ouest du Cotentin, à 28 kilomètres du port militaire de Cherbourg, avait une singulière importance et devait jouer un rôle dans le

plan de germanisation des côtes normandes (1).

En résumé, la métallurgie allemande, à la veille de la guerre, a sous sa dépendance le cinquième en superficie des richesses minières de notre sol : « Dix-huit concessions du Bassin de l'Est s'étendant sur plus de 10.000 hectares — le septième de ce bassin — la moitié des gisements de l'Ouest, tels sont les chiffres indéniables et précis, dit M. Louis Bruneau, des conquêtes allemandes sur notre domaine minier ».

Comme résultats de ces agissements : les hauts fourneaux allemands près de la frontière, alimentés avec des minerais de notre Lorraine et les hauts fourneaux normands, sous une direction allemande ! Nos métallurgistes, financiers et gouvernants, pouvaient-ils être fiers d'un pareil état de choses ? Comme si l'exploitation directe de minerais de fer, dans un siècle de machinisme, n'était pas intéressante pour le peuple qui les possède !

Il faudra employer la manière forte à l'égard des compagnies allemandes. Ce sera possible, espérons-le. « Je sais bien, dit M. A. Stackling (2), que certains Nancéens nous diront : Si vous pre-

---

(1) *L'avant-guerre,* par Léon Daudet. — *Séquestres et séquestrés*, par Edgar Troimaux, Paris, 1916, p. 10 à 31.

(2) L'industrie allemande en France, *Bulletin d'études historiques et politiques du Comité Michelet,* décembre 1904.

nez ces mesures contre les compagnies allemandes, nous ne pourrons plus vivre, car nous ne recevrons plus de houille. A cela il faut répondre : Les Allemands veulent nous vendre leur houille ; ils sauront nous l'offrir. Vous leur vendrez votre minerai de fer ; ce sera matière à échange, à trafic commercial, et aucun Français ne sera assez stupide pour bannir le commerce de notre République. Mais, entre commerce avec les Allemands et leur accorder des concessions comme celles qu'ils ont su obtenir en Meurthe-et-Moselle, il y a un abîme ».

Les produits chimiques et pharmaceutiques. Les industries diverses. — En 1892, le gouvernement français, effrayé de l'invasion des produits chimiques, crut bon de relever les droits d'entrée par un tarif général. Cette politique protectionniste entrava momentanément le flot des importations d'outre-Rhin, s'élevant annuellement à plus de 60 millions, mais, résultat inattendu, contribua à déterminer l'établissement en France de sociétés filiales des grandes sociétés allemandes. Ces sociétés nouvelles exploitaient elles-mêmes, au dedans de nos frontières, des brevets d'invention concernant des produits spéciaux, et y fabriquaient suivant les procédés perfectionnés éprouvés dans les établissements allemands, ce qui

rendait la concurrence difficile, impossible même parfois (1).

Trente usines en Allemagne fabriquent des colorants et nous en exportaient annuellement 1.100 tonnes environ. On ne compte en France qu'une dizaine d'établissements du même genre, dont quatre sont des succursales plus ou moins déclarées des grandes firmes germaniques. La Compagnie parisienne de couleurs d'aniline, dissimulant sa nationalité sous une désignation française, avait son usine de Creil remplie de chimistes et ingénieurs allemands.

De nombreuses spécialités pharmaceutiques sortaient de ces usines sous les noms de dermatol, novocaïne, pyramidon, etc., etc... Le néosalvarsan, par exemple, était annoncé comme « un produit de fabrication essentiellement française ». L'ancienne usine Lucien Picard (St-Four) a été achetée par une maison allemande. En un mot, l'industrie des produits pharmaceutiques est, en France, presque complètement entre des mains allemandes par l'intermédiaire d'usines succursales, de dépôts, de concessionnaires, de représentants.... Le trust des colles, gélatines, puisdes

(1) M. Louis Bruneau, dans *L'Allemagne en France*, cite un série de maisons allemandes qui possèdent des usines en France

produits d'équarrissage et sous-produits des abattoirs a été organisé par des mains allemandes dans la banlieue parisienne.

Il faudrait transformer ce chapitre en une fastidieuse et interminable énumération si on voulait indiquer les sociétés diverses qui ne sont que des filiales de sociétes allemandes plus ou moins déguisées. Sans s'écarter de la grande industrie, on en trouve dans toutes les branches de la métallurgie. Quelques noms seulement : Kœrting (appareils de chauffage), Machinen Fabrik Augsburg Nurnberg (moteurs à gaz), Goldschmidt (aluminothermie), Benz, Mercédès (automobiles), Adler (machines à coudre), la Société française d'électricité A. E. G. (ces trois lettres signifient « Allgemeine Elektricitats Gesellschaft », désignation tout à fait française, comme on le voit), etc., etc...

Ces maisons, pour la plupart, déballent et maquillent des produits allemands venus d'Allemagne, mais elles produisent aussi réellement en France une partie des marchandises vendues, lesquelles échappent à toute statistique et devraient légitimement grossir encore le chiffre des importations allemandes en France. Il faut en tenir compte si l'on veut mesurer la large brèche faite chez nous par la pénétration des produits alle-

mands. On doit noter que bon nombre des sociétés allemandes avaient bien soin de se signaler comme françaises dans leur raison sociale, précisément parce qu'elles ne l'étaient pas. Il y avait là un étrange abus du terme « français », qui devenait une fausse et mensongère étiquette.

Avant la guerre, ce n'est pas non plus sans raison que l'industrie française a pu se plaindre des tendances des administrations publiques à adresser leurs commandes à des maisons étrangères. Des faits de cette nature n'auraient pas manqué, en Allemagne, d'être l'objet de violentes protestations des syndicats et de l'opinion publique qui eût fait chorus avec eux. Les journaux français ont cité des exemples de moteurs, téléphones, appareils de chauffage de fabrication allemande placés dans des établissements publics, de machines allemandes en fonctionnement dans les manufactures nationales, de radiateurs et ventilateurs allemands établis dans les ministères, de matériel d'incendie allemand acheté par les municipalités, etc... Les commandes en Allemagne de matériel roulant, locomotives, voitures de voyageurs, wagons divers, ont, avec raison, soulevé naguère un gros tapage. Ces commandes, en effet, étaient autant de références, de bulletins de victoire dont nos concurrents allemands savaient se servir

comme d'armes terribles pour nous combattre sur les marchés extérieurs.

L'invasion des produits allemands dans les colonies françaises. — Les colonies françaises n'avaient pas échappé à l'invasion des produits allemands. Cet état de choses aurait eu des conséquences d'une extrême gravité pour le développement futur de notre domaine colonial, s'il avait duré plus longtemps.

Sans doute, les importations et exportations entre la France et ses colonies augmentaient d'année en année, mais, par contre, grâce à l'accroissement constant de la marine allemande, les maisons allemandes s'installaient de plus en plus nombreuses dans nos colonies, y organisaient sur place la chasse des produits français et en même temps le drainage des produits de ces possessions vers leur pays ; elles accaparaient, en raison même de la facilité des transports maritimes dont elles disposaient, les matières premières utiles à la marche de leurs usines, bois, huiles, etc., et les denrées alimentaires coloniales réclamées par les populations ouvrières de plus en plus nombreuses dans leur métropole. La France se serait trouvée à bref délai dans une situation paradoxale, obligée de se procurer outre-Rhin les matières

premières provenant de ses propres colonies et d'acheter dans les empires du Centre des objets manufacturés avec des matériaux coloniaux français.

La défense de nos colonies s'impose d'autant plus que nous y jouissons de toutes sortes d'avantages pour y substituer nos articles à ceux de nos ennemis et concurrents étrangers. Là nous connaissons la clientèle, ses goûts et ses besoins ; les moyens d'information sont à notre portée. Dans notre langue se font les commandes, s'exécutent les marchés. Le commerce y trouve des garanties et des facilités de contrôle qui n'existent pas au même degré en pays étranger. Il ne s'agit pas d'ouvrir des voies nouvelles en terre inconnue, mai simplement d'amplifier un courant d'affaires déjà existant.

En Algérie et en Tunisie, le commerce allemand faisait des progrès rapides. En Algérie, le chiffre total exprimant le commerce allemand, qui était de près de 8 millions de francs en 1904, dépasse 20 millions en 1913. Dans la régence de Tunis, le commerce allemand grossit, pendant la période décennale 1904-1913, de 2.307.000 francs à 10.418.000. Au Maroc, c'est bien pis ; l'évolution du commerce allemand est secondée par un régime douanier exceptionnellement favorable, imposé

par les menaces d'épée aiguisée et de poudre sèche. Ce commerce, de 4 millions de francs en 1904, atteint presque 28 millions en 1913, soit un accroissement de 24 millions! (1).

Malgré les barrières douanières dans les autres colonies dépendant du ministère des Colonies, le chiffre des importations allemandes double presque en six ans et la progression est encore plus rapide dans le mouvement ascendant des exportations de nos colonies vers les ports allemands. Ainsi, par exemple, le mouvement des importations allemandes était singulièrement actif au Dahomey et à la Côte d'Ivoire. « Au Dahomey, l'Allemagne détient toujours le premier rang dans notre commerce avec un chiffre d'affaires de près de 19.500.000 francs, sur 41.760.000 francs, soit un pourcentage de 46 p. 100. En Guinée, tandis que la France n'a augmenté ses importations que d'un tiers, l'Allemagne avait doublé ses envois » (2).

Inutile d'insister davantage.

Le danger allemand dans nos colonies est assez nettement mis en lumière. Il nous suffira de gla-

(1) *La guerre économique dans nos colonies*, par P. Perreau-Pradier, député, et M. Besson. 1 vol. Paris, 1916. — *Bulletin mensuel de l'Institut colonial de Bordeaux*, septembre 1914.

(2) *Bulletin de l'Office colonial*, septembre-octobre 1914.

ner quelques faits significatifs, qui font toucher du doigt les causes immédiates des succès obtenus.

En Tunisie, la clientèle recherche avant tout le bon marché et n'attache à la qualité qu'une importance secondaire ; elle exige de longs crédits que lui accordent les vendeurs allemands avec l'aide de leurs banques ; les marchandises allemandes sont payables à six, neuf ou douze mois et expédiées franco au domicile de l'acheteur, l'expéditeur se chargeant du port, de l'assurance, de l'emballage, de la douane et souvent même garantissant la casse. La méthode toujours suivie est celle du moindre effort pour l'acheteur. Les voyageurs sont d'ailleurs nombreux, largement pourvus d'échantillons et de catalogues et prêts à faire livrer par leurs maisons des articles fabriqués suivant le goût du client. Les trucs ne sont pas négligés. Les prix des catalogues sont soumis à des escomptes énormes, variant de 45 à 80 p. 100. Il est certain que les prix sont augmentés en proportion ; mais, à première vue, ces grosses remises produisent toujours de l'effet sur l'acheteur.

Les marchandises vendues au Dahomey sont d'une qualité inférieure, mais d'un prix très bas, et directement transportées de Hambourg par les compagnies allemandes de navigation, qui se servent d'une flotille de petits cargos leur apparte-

nant pour aborder les navires stationnés en rade et débarquer à Porto-Novo avec un minimum de manutention. D'une manière générale, les emballages sont toujours soignés en Allemagne et parfois négligés en France, malgré les recommandations des exportateurs. En Afrique équatoriale, « c'est l'indigène qui crée la mode qu'il entend suivre et sans autre inspiration que son caprice éphémère ». L'industriel s'y conforme et réussit à vendre ses tissus. Les importations allemandes sont, en apparence, peu importantes aux Antilles, mais, qu'on ne s'y trompe pas, l'Allemand y pratique l'exportation indirecte, c'est-à-dire de produits envoyés en France, naturalisés par le paiement des droits de douane et importés ensuite dans la colonie par des commissionnaires habitant la France.

L'Allemagne avait trouvé le moyen, ces dernières années, de monopoliser les transports de bois provenant des forêts de notre Afrique équatoriale. Hambourg était devenu le centre des affaires pour les essences forestières de cette région. 90.000 tonnes de bois d'Okoum, sortant du Congo, prenaient le chemin de l'Allemagne. Des quantités considérables de peaux brutes de bœufs et du minerai de zinc suivaient la même voie. Dix compagnies d'assurances maritimes avaient des succursales à Tunis.

L'heure est venue pour nos commerçants, industriels, armateurs, d'effectuer une reprise économique de nos possessions d'outre-mer. Une place commerciale pouvant être évaluée à un chiffre d'affaires de plus de 150 millions est actuellement libre. Allons-nous rester inactifs pour que d'autres plus diligents l'occupent à notre détriment? Il n'est plus permis à nos commerçants d'ignorer l'existence du marché colonial français. Les efforts officiels doivent se joindre aux efforts individuels. Les seconder, c'est faire œuvre patriotique. Les Chambres de commerce peuvent et doivent agir en même temps que se développent si utilement l'office national du commerce extérieur, l'office colonial, l'office de l'Algérie, l'office tunisien, l'office du Maroc. Depuis 1900, des instituts coloniaux ont été fondés avec grand profit pour notre exportation à Marseille, à Bordeaux et à Nancy. Pourquoi Nantes et Le Havre n'ont-ils point d'institut colonial? Un institut colonial est une source de documentation et d'instruction précieuse pour ouvrir plus largement des débouchés à l'industrie et au commerce national et local. Ainsi l'Institut de Marseille, en 1913, a reçu 2.519 demandes de renseignements et a compté 7.436 lettres expédiées; à ces instituts sont en outre adjoints des laboratoires utiles pour l'étude des denrées coloniales.

Le commerce de la France avec l'Allemagne.
Importations et exportations

La clientèle française pour les marchandises allemandes, même ces dernières années, allait en croissant. Voici les chiffres empruntés au dernier rapport présenté en 1913 par M. Chapsal à la Commission des valeurs de douane.

Nous avons reçu de l'Allemagne :

En 1911, pour	980	millions	de francs	de marchandises.
» 1912, »	929	»	»	»
» 1913, »	1.069	»	»	»

tandis que nous lui avons envoyé :

En 1911, pour	795	millions	de francs	de marchandises.
» 1912, »	822	»	»	»
» 1913, »	866	»	»	»

soit une différence en faveur de l'Allemagne de 185 millions en 1911 et de 177 millions en 1912, de 203 millions en 1913.

L'importation allemande en France était donc d'un milliard de francs en chiffres ronds. La vente de

produits allemands surpassait, en réalité, de beaucoup ce chiffre ; il ne comprend point les produits fabriqués par les maisons allemandes en France, formant une assez grosse somme, non plus que les produits fabriqués en Allemagne et pénétrant en France par l'intermédiaire de la Belgique, de l'Angleterre, etc., et dont l'origine était faussement indiquée par une étiquette belge, anglaise, ajoutée après coup dans ces pays.

L'Allemand, si orgueilleux qu'il fût de ses conquêtes économiques, au lieu de les exagérer, avait plutôt tendance à en dissimuler une partie afin de masquer ses immenses progrès. Le commerçant allemand savait parfois fort bien se défiler comme le soldat dans les plis de terrain. La marchandise allemande fréquemment se dénationalise, cache sa provenance primitive. Le truc des marques étrangères pratiqué à Hambourg pour faire sortir des marchandises allemandes sous dénomination et couleur de réexportation paraît des plus probables au dire de M. Maurice Schwob (1) et permet d'expliquer des discordances étranges dans les statistiques d'exportation fournies par l'Allemagne et autres pays européens.

Néanmoins, les Allemands ne se trouvaient-ils

(1) *Le danger allemand*, 1896, p. 102, 171.

point lourdement tributaires de la France en constatant le placement dans leur pays, en 1912, de 822 millions de produits français? Combien de pangermanistes tenaient sans doute à peu près ce langage : « Le luxe français nous envahit. Comment empêcher nos femmes élégantes de se vêtir d'une robe de soie, de porter chapeau, linge fin, lainage, fourrure, venant de France ? Pourquoi, sur nos tables bien servies, ces légumes d'un goût délicat, ce raisin, ces pommes, ces fleurs de Nice qui ont poussé sous les rayons du soleil de France ? Et tous ces meubles ou bibelots parisiens qui frappent nos regards dans les riches demeures ; et ces romans français qui s'infiltrent partout et semblent, leur composition limpide, défier la culture germanique ; et ces chevaux français parmi nos chevaux de guerre, voilà de quoi choquer nos sentiments patriotiques ». Mais ces mêmes pangermanistes devaient constater avec satisfaction la quantité de produits allemands manufacturés qui franchissaient les frontières françaises.

Quelques chiffres fixent l'importance des principaux produits importés d'Allemagne en France (1912) :

Houille	150.315.000	francs.
Machines	130.940.000	»
Céréales	94.306.000	»

Produits chimiques..........	61.292.000 francs.
Peaux et pelleteries	46.993.000 »
Cotons	28.961.000 »
Papier.......................	25.848.000 »
Caoutchouc.................	22.987.000 »
Laines et déchets...........	19.935.000 »
Tabletterie, éventails, brosserie, boutons...............	18.339.000 »
Orfèvrerie, bijouterie........	16.482.000 »
Tissus, bourres de soie	13.491.000 »
Pommes de terre............	11.441.000 »
Celluloïd....................	8.991.000 »
Tissus laines................	8.800.000 »
Horloges, carillons	7.516.000 »
Carrosserie, autos...........	6.039.000 »
Couleurs, encres, crayons....	5.268.000 »
Meubles et ouvrages en bois..	4.386.000 »
Bières......................	4.150.000 »

Afin de se rendre compte des progrès réalisés par l'effort allemand, il est bon de se rappeler que la valeur des marchandises vendues par l'Allemagne en 1913 surpasse de 733 millions (ou 218 p. 100) le montant des ventes de 1891. Les exportations françaises, par contre, se sont développées, mais en suivant une progression beaucoup moins rapide. Selon la nature des marchandises, la balance penche tantôt d'un côté, tantôt de l'autre. L'Allemagne a l'avantage pour la houille, la fonte, l'acier, le fer, les machines, les céréales, les produits chimiques, les pelleteries préparées, les ouvrages en peau ou en cuir, les tissus de coton, la bijouterie et l'orfèvrerie, surtout en doublé, en

clinquant, doré ou argenté, les pommes de terre, la poterie, la verrerie, les cristaux, les jouets, les instruments et appareils scientifiques. Pour certains articles, il y a équivalence dans les échanges. La France a la prépondérance pour les peaux et pelleteries brutes, les laines, le caoutchouc brut, les minerais de fer, d'aluminium (bauxite), les articles de mode, la lingerie fine, les vêtements confectionnés, les chevaux, les boyaux frais, secs ou salés, les soies, les fruits, les vins, eaux-de vie, liqueurs, volailles, légumes, fourrages, tourteaux, champignons.

En récapitulant, il est intéressant de classer les articles, au point de vue de la revanche commerciale, en deux catégories principales : articles de vente forcée, pour ainsi dire, et articles de vente facultative. Ainsi, par la force des choses, l'Allemagne restera peut-être, pour la houille qu'elle vendra bon marché, un de nos fournisseurs à côté de l'Angleterre et de la Belgique. Les années passées, nos achats de houille en Allemagne présentaient 30 p. 100 de la houille importée. Nous donnerons assurément la préférence aux houilles anglaises et belges. Mais dans quelle mesure? D'ailleurs la houille ne porte pas, de façon certaine, dans son aspect ou sa composition, la marque de son origine.

Inversement, l'Allemagne restera tributaire de la France pour les minerais de fer qui lui sont indispensables; à nous de savoir réclamer des prix élevés ou même, dans la mesure nécessaire, refuser la vente. L'Allemagne pourra difficilement empêcher ses nationaux de nous acheter des articles de luxe, de mode, nos vins, légumes, fleurs, etc.

Combien de produits et d'objets divers demandions-nous à l'Allemagne que nous devons et pouvons remplacer si nous le voulons? Est-il admissible que la France, dont le sol est fertile, y achète chaque année une centaine de millions de céréales et de pommes de terre? Est-il impossible de s'affranchir d'une redevance de 132 millions à la mécanique allemande? Exemple : la machine à écrire. Nous en avons deux ou trois types seulement de construction française, et nous mettons à profit tout un bataillon de machines à écrire allemandes : Continental, Mercédès, Mignon, Idéal, Gallia, Déesse, Adler, Régina, Stœver, etc. (1).

De 1911 à 1912, nos importations de machines à coudre se sont élevées de 19 à 23 millions de francs, et nos exportations de 933.000 fr. à 1 156.000 fr.

---

(1) V. *Le commerce français aux mains des Allemands*, par Paul de Mirecourt, Paris, 1915.

L'Allemagne est un de nos principaux fournisseurs; « la fabrication de la machine à coudre est à peu près inexistante en France, dit M. Chapsal (1913) ». Néanmoins, nous en vendons en Algérie, Belgique, Indo-Chine, Italie, Tunisie, Danemark, Madagascar, Sénégal... Pourquoi Besançon a-t-il laissé se former en France une clientèle de montres allemandes en acier? La bijouterie et l'orfèvrerie qui viennent des 700 ateliers de Pforzheim, de Gmund, Mayence, Munich, Altona, Esslingen pourraient être manufacturées en France en spécialisant certains articles et en les adaptant aux goûts des clients. Pourquoi demander des jouets à Nuremberg et des poupées à Sonneburg? La plupart des produits chimiques et pharmaceutiques peuvent être produits en France par des usines françaises, puisque des usines allemandes avaient profit à les fabriquer en France. Quelle obligation de nous fournir en Allemagne de meubles, tabletterie, éventails, brosserie, boutons, celluloïd, caoutchouc? Le désir de la revanche économique doit être le coup de fouet qui poussera résolument nos industriels, commerçants, banquiers, dans la large voie des progrès industriels et commerciaux. La guerre nous a obligés à faire l'inventaire industriel et commercial de la France, à dresser le bilan de nos richesses, de nos propres ressources et aussi

de nos faiblesses, de nos déficits. A nous de mettre à profit les enseignements que nous révèle cet examen de conscience économique (1).

---

(1) La question de la revanche industrielle et commerciale sera spécialement traitée dans un autre volume : *L'organisation française*, complément de celui-ci; les moyens d'action à mettre en œuvre pour le relèvement économique de la France y seront exposés.

Le commerce d'exportation dans les pays amis et alliés.

Les importations allemandes, en Angleterre, Russie, Belgique, Italie, États-Unis d'Amérique, avaient une valeur globale de plus 5 milliards de francs. Ces nations, en raison des besoins de se procurer ces mêmes marchandises qui leur manquent, offrent d'ores et déjà de très larges débouchés à l'exportation française. Nos produits y seront favorablement accueillis, pourvu qu'ils soient présentés sans trop tarder et dans des conditions voulues.

Dès l'ouverture des hostilités, en France et en Angleterre, on s'est inquiété de la substitution des produits nationaux aux produits allemands et austro-hongrois partout où elle serait réalisable, tant sur le marché intérieur que sur les marchés extérieurs. En France, l'Office national du commerce extérieur (3, rue Feydeau, à Paris, 2e arrondissement, sous la direction duquel est publié le *Moniteur officiel du commerce* où sont insérés les intéressants rapports des consuls français) a eu

l'heureuse idée d'approprier sa propagande documentaire aux circonstances présentes. Dans ce but, l'Office a entrepris la publication d'un très grand nombre de fascicules détachés ou dossiers commerciaux qui indiquent pour chaque pays les produits allemands ou austro-hongrois susceptibles d'être remplacés par des produits français. Les dossiers renferment, en outre, des listes d'agences commerciales, de maisons étrangères ou françaises à l'étranger, de représentants désireux d'obtenir des représentations de maisons françaises, puis des renseignements de tous genres, concernant les modes d'expédition, les termes de paiement, les habitudes locales dans les centres commerciaux. L'œuvre entreprise, on le voit, a un caractère vraiment pratique. Constatons aussi les progrès réalisés dans les rapports commerciaux des consuls français auxquels on pouvait justement reprocher de contenir des renseignements trop généraux.

On ne peut que conseiller aux commerçants et industriels de consulter ces documents dans les bureaux des Chambres de commerce ou de les demander à l'Office national. De même ils étudieront avec grand profit les dossiers commerciaux publiés en anglais par le *Board of Trade* (73, Basinghall Street London, E. C.). Tandis que

les dossiers commerciaux français sont des monographies se rapportant à un pays ou une région, les dossiers anglais sont des monographies traitant d'un article déterminé, fer et acier, chaussures, jouets, cuirs, etc. On glanera sans peine dans ces documents des connaissances indispensables en matière d'exportation et qu'il n'est pas facile de recueillir autrement.

ANGLETERRE

La force d'expansion du commerce anglais a suivi, ces dernières années, une progression rapidement ascendante; néanmoins, tandis que les exportations des produits britanniques passaient de 20.580.866 liv. st. en 1895 à 40.695.000 liv. st. en 1913, les importations d'Allemagne en Grande-Bretagne s'élevaient de 26.992.559 liv. st. à 80.511.000 liv. st., soit à plus de 2 milliards de francs dont près des trois quarts en produits manufacturés.

Il est bon de remarquer que cette importation consiste en articles que l'Angleterre est capable de produire pour la plupart et qu'elle-même exporte. Il n'en reste pas moins vrai que l'arrêt d'un tel afflux de marchandises laisse une large place à prendre par les produits français, d'au-

tant plus qu'un gros courant de l'exportation française (1 milliard 163 millions de francs en 1913) existe déjà vers la Grande-Bretagne. Et il est plus aisé d'élargir un courant que d'avoir à le créer, alors surtout qu'il se compose déjà des produits les plus variés.

Voici, sommairement, les marchandises qui fournissent les gros chiffres des importations allemandes en Angleterre, particulièrement intéressantes à noter, en ce *qu'elles n'ont pas leur équivalent dans les exportations d'Angleterre en Allemagne* (chiffres empruntés à une statistique de 1912, indiquant un total de 70.048.152 liv. st. ou 1.751.203.800 francs. Les chiffres de 1913 sont encore plus élevés) (1).

Produits agricoles et alimentaires, matières premières.

Sucre raffiné ou non, glucoses, mélasses....F.	155.039.975
Bois travaillé..............................	18.766.900
Céréales : Avoine...........................	19.347.275
Orge...........................	10.433.500
Pois...........................	5.817.100
Blé...........................	3.382.325
Farine de froment.................	4.980.850
Huile de coco, de palme......................	14.425.725
Houblon	10.896.500

(1) *Dossier commercial* sur l'Angleterre et colonies anglaises, très intéressant rapport de M. Corbes, consul chargé du vice-consulat de France à Douvres et Folkestone.

Caoutchouc............................F.	8.636.050
Vin....................................	6.804.215
Œufs...................................	5.512.650
Graine de trèfle et de foin............	5.057.375
Peaux brutes...........................	4.789.675
Tabac..................................	3.218.900
Fruits, poires, prunes, etc............	2.260.400

Produits manufacturés.

Bonneterie, dentelles, rubans, doublures....F.	115.943.200
Articles de laine, étoffes, flanelles, tissus, tapis, etc., etc....................	84.787.775
Articles de soie, rubans, etc..........	56.338.875
Cuirs..................................	52.792.500
Teinture d'aniline.....................	41.705.850
Machines diverses......................	41.349.750
Cycles, autos, pièces détachées........	36.006.075
Zinc...................................	35.741.375
Habillement............................	32.649.425
Verrerie...............................	28.096.000
Jouets.................................	27.263.350
Peaux et fourrures préparées...........	25.166.825
Couleurs pour peintures................	24.314.825
Objets métalliques, fer, fonte émaillée ou non, cuivre, aluminium..................	23.472.075
Appareils électriques (non compris les dynamos)	22.350.250
Machines électriques...................	19.548.175
Porcelaine et poterie..................	17.028.150
Broderies et travaux à l'aiguille......	16.780.275
Papiers d'enveloppage..................	16.581.650
Papiers pour écriture et imprimerie....	14.238.700
Tissus de coton, gants.................	15.681.325
Pianos.................................	15.022.100
Instruments scientifiques et films cinématographiques..........................	13.824.325
Imitations d'articles de Paris.........	13.517.525
Imprimeries, gravures, chromos, photographies.	11.487.500
Fleurs artificielles...................	9.674.475

Horlogerie	F.	8.265.325
Boutons (non métalliques)		7.328.700
Coton filé		5.793.450 (1)

Telles sont les marchandises pour lesquelles s'affirmait particulièrement la concurrence allemande en Angleterre.

« L'Angleterre, comme le fait remarquer M. Corbes, consul français à Douvres et Folkestone, devint très vite le plus gros client de l'Allemagne, et ce qui frappe le plus, dès qu'on jette les yeux sur les statistiques, c'est combien fut régulière, continue dans son énormité, l'augmentation des exportations allemandes en Angleterre ; c'est une augmentation moyenne de 100 millions tous les ans ».

(1) Pour plus de détails, se reporter aux listes des produits exportés d'Allemagne sur les principaux marchés du monde données dans la brochure : *Full details of German trade*, publiée par The Export World and commercial intelligence, London. — Une longue série de *dossiers commerciaux* publiés sur l'Angleterre fournissent de très précieuses indications sous les titres suivants : Articles et appareils électriques, Instruments scientifiques, Vins, Tissus de soie, Souliers de satin et bas de soie, Tresse de soie artificielle pour la chapellerie, Robes et manteaux, Pelleteries préparées ou confectionnées, Fleurs artificielles, Joaillerie, Brosserie, Articles de ménage, Quincaillerie, Coutellerie, Outils et instruments, Porcelaine et poterie, Articles d'ameublement, Produits chimiques pour blanchiment. Par l'étude de ces dossiers, on s'aperçoit bientôt que grand nombre d'articles de fabrication française n'entrent en Angleterre que par faibles quantités, tandis que les articles allemands similaires pénétraient en abondance.

Signalons quelques-uns des motifs invoqués qui expliqueraient pourquoi certains articles ne sont pas demandés en France. La clientèle anglaise fait divers reproches aux maisons françaises : manque de célérité et d'exactitude dans la correspondance, que l'on souhaiterait rédigée en anglais ; livraisons pas assez rapides ; fabrication qui n'est pas conforme aux habitudes ou goûts des acheteurs ; marchandises qui devraient être expédiées franco et payées par chèques et non par traites. La petite clientèle anglaise très nombreuse réclame des articles « d'apparence attrayante, pas nécessairement solides, mais bon marché, d'autant plus qu'après la guerre la situation de nombre d'acheteurs sera plus ou moins changée ». Ces articles de qualité moyenne étaient fournies par les Allemands.

Nos industriels doivent prendre ces remarques en très sérieuse considération pour réussir en Angleterre. L'occasion est excellente. La résolution du public anglais est désormais bien arrêtée de ne plus acheter de produits allemands. Il comprend fort bien que la guerre à main armée sur les champs de bataille n'est que le prélude d'une autre lutte à poursuivre pendant des années contre la Germanie pour la suprématie commerciale, « the struggle for commercial supremacy »,

et chaque zeppelin ou avion, en survolant l'Angleterre, par le jet de ses bombes, y a raffermi cet état d'esprit.

La guerre au commerce allemand, « the war on german trade », est un mot d'ordre lancé de toutes parts pour l'organisation et la mobilisation des forces commerciales et même financières de la nation. L'esprit d'association, le puissant levier pour toute action sociale vraiment efficace, s'est déjà manifesté en Angleterre par la formation récente d'un grand nombre de lignes commerciales qui veulent prendre l'offensive contre le commerce allemand et développer le commerce d'exportation. Une vingtaine étaient déjà constituées en 1914 avec des buts très divers (1). Il faut y joindre un grand nombre de sociétés nouvelles créées pour la fabrication de produits destinés à remplacer des articles allemands.

Parmi les moyens mis en œuvre contre le commerce allemand, il faut signaler les expositions ou foires (fairs) de produits anglais, allemands et austro-hongrois, dans de grands magasins ou locaux appropriés, à Londres, à Cheapside, à Birmingham, à Sheffield... On y a réuni des collec-

(1) La guerre britannique à l'industrie et au commerce allemand, *Correspondant*, 25 octobre 1914.

tions d'objets métalliques, de fer, cuivre, aluminiums, d'ustensiles émaillés, de porcelaines, de jouets, d'outils, etc. Les organisateurs se sont procuré des échantillons des produits allemands dans les maisons anglaises qui les importaient précédemment et par des représentants de commerce à l'étranger. Ces expositions, qui ne sont pas coûteuses, sont des leçons de choses extrêmement utiles aussi bien pour les négociants anglais que pour le public, en ce qu'elles font connaître les produits allemands qu'il ne faut plus acheter, et les produits appelés à les remplacer ; elles montrent aussi aux fabricants des types d'objets qu'il est intéressant d'imiter ou de reproduire. Des catalogues allemands indiquent les prix faits antérieurement. Ces expositions ont attiré beaucoup de monde (1).

L'organisation d'expositions de cette nature serait des plus souhaitables à Paris et dans les grandes villes de province. Elle serait facile dans de grands magasins, qui y trouveraient l'occasion d'une réclame profitable pour leur propre commerce.

Les Anglais ont imaginé et appliqué aussi avec

---

(1) Communication de M. Guerille à l'Office national du commerce extérieur.

succès un système consistant à réserver certains jours de vente, ou même une semaine (All british shopping weck) aux seuls produits nationaux; c'est un excellent moyen de les faire connaître et d'attirer sur eux l'attention.

Les Anglais ont déjà commencé à pratiquer le boycottage des articles allemands. Les dames sont au premier rang. « Sur douze dames, dit un écrivain anglais, il y en a sept qui demandent si les articles qu'elles désirent acheter sont de fabrication anglaise ou « Made in Germany ». Et il ajoute: « Si durant les douze premiers mois de la guerre nous pouvons produire et consommer chez nous la moitié seulement de la valeur des marchandises que nous importions d'Allemagne, nous conserverons pour les Anglais 30 millions de livres (75 millions de francs) de salaires ».

Afin de marquer la provenance du produit manufacturé, on a proposé en Angleterre l'apposition d'estampilles sur la porcelaine, la poterie, etc... On cherche à y établir une législation pratique sur ce point, car on y a vu toutes les fraudes et les abus auxquels a donné lieu l'application du Merchandise Marks Act de 1887, qui prescrivait aux Allemands l'apposition de l'inscription connue « Made in Germany ». Si l'obligation d'une marque est imposée aux producteurs allemands,

comme cela semble nécessaire, il faudra donc déterminer très précisément et très sévèrement les conditions de l'emploi afin qu'elle ne puisse être éludée par quelque ingénieux artifice.

Depuis la guerre, les Anglais ont organisé une grande publicité aussi bien chez eux que dans les nations alliées pour toutes sortes de produits industriels anglais en vue de faciliter les achats et les ventes, au moyen d'abondantes distributions de brochures, de prospectus, catalogues, etc., aux chambres de commerce, offices consulaires, commissionnaires en marchandises ou représentants. Cette levée de boucliers contre le commerce allemand est un bon exemple à suivre.

RUSSIE

A la veille de la guerre, nous avions confié des milliards d'argent français à la Russie et l'alliance russe ne nous procurait aucun avantage sérieux au point de vue économique, n'ouvrait aucun débouché à notre industrie; la Russie figurait au sixième rang des pays importateurs dans le commerce extérieur de la France, et le dix-septième comme pays d'exportation après l'Angleterre, la Belgique, l'Allemagne, la Suisse, les États-Unis, l'Italie, l'Argentine, l'Espagne, etc.

Cependant le commerce russe avec l'étranger a doublé depuis quinze ans et il a déjà acquis une grosse importance. Voici les chiffres des trois dernières années (en millions de francs), d'après les statistiques publiées par le département impérial des douanes russes :

	Exportations.	Importations.	Trafic total.
1912.......	3.798	2.767	6.565
1913.......	3.779	3.246	7.025
1914.......	2.523	3.654	6.177

La répartition des importations en Russie par les pays qui nous intéressent a été la suivante (en millions de francs) :

	Allemagne.	Grande-Bretagne.	États-Unis.	France.	Autriche-Hongrie.
1911.....	1.268	409	268	149	90
1912.....	1.380	390	228	147	85
1913.....	1.709	453	197	149	92

Les chiffres fournis par le ministère des Finances français sont :

	Exportations françaises en Russie.	Importations russes en France.
1911.......	53	443
1912.......	61	432
1913.......	85	461

Ces chiffres présentent des écarts qui ne sont pas inexplicables ; ils proviennent des bases diffé-

rentes pour l'évaluation, par les douanes, des valeurs des marchandises. Les statistiques sont d'ailleurs faussées par les intermédiaires allemands, les transports par navires étrangers, les ruptures de charge et transbordements en cours de route. Quoi qu'il en soit, ces chiffres fixent brutalement la faible importance de notre trafic avec la Russie comparativement à celui de l'Allemagne. En 1913, la prépondérance de l'Empire allemand est si bien établie qu'il importait en Russie plus que tous les autres pays du monde réunis. Sa part s'est élevée, en 1913, à 52,7 p. 100 de la totalité des importations en Russie (sur 1.220 millions de roubles de marchandises importées en Russie, 643 millions venaient d'Allemagne) et à 31,7 p. 100 des exportations. La valeur des importations françaises en Russie, la même année, n'est que de 4,6 p. 100 ou inférieure au onzième de la valeur des importations allemandes.

Tous les témoignages sont concordants pour montrer l'incroyable influence que les Allemands avaient su prendre en Russie. « Tout ce que l'on a dit, déclare le *Journal de Genève* (12 sept. 1915), de l'emprise allemande sur d'autres pays est dépassé par ce qui se produit en Russie. La conquête était singulièrement avancée quand la guerre éclata ». Les discours prononcés à la Douma à la

suite de la retraite des Russes devant les armées du kaiser ont fait la lumière à cet égard par d'inquiétantes révélations. Une carte publiée récemment par la *Revue générale des sciences,* d'après des documents officiels fournis par M. Maklakor au gouvernement russe, montre que toute la région de l'empire moscovite qui s'étend de la Pologne et de la Prusse à la mer Noire et même bien au delà — notamment le gouvernement de Saratov — était déjà colonisée par les Allemands, non seulement dans les villes, dont plusieurs envoient des députés allemands à la Douma, mais encore dans les campagnes, sous forme d'établissements agricoles fondés avec l'aide des capitaux allemands (1).

« Il y a lieu de ne pas oublier, dit le consul français de Moscou (2), que la plupart des maisons de transports installées en Russie sont allemandes ou d'origine allemande ». Un grand nombre d'Allemands émigrés en Russie, devenus pour ainsi dire Russes, s'étaient établis, un peu partout, comme agents commerciaux, directeurs d'usines ou d'exploitations des plus diverses. D'autres avaient réussi, en qualité de chimistes, à prendre presque toutes les places d'inspecteurs ou sur-

(1) *Revue scientifique,* 8-15 mai 1915.
(2) *Dossiers commerciaux.* Région de Moscou, 31 octobre 1914.

veillants des nombreuses beurreries coopératives répandues sur le sol de la Sibérie.

Par suite d'efforts persévérants et parfaitement dirigés depuis une quarantaine d'années, les capitaux allemands avaient su capter toutes les entreprises importantes de Russie. Les grandes banques allemandes que nous connaissons, la Deutsche Bank en tête, puis la Disconto-Gesellschaft, la Dresdner Bank, la Banque de Berlin, etc., et leurs banques filiales, étaient intéressées à une foule d'exploitations houillères, minières, métallurgiques en Pologne, dans la région de Taganrog, dans le gouvernement d'Ekaterinoslav, de Pietrokoff, à l'exploitation de la plupart des mines de zinc. Le marché houiller en Pologne était exclusivement entre les mains des Allemands. On sait quelle est la grosse importance de l'industrie du naphte, pétrole et sous-produits en Russie ; or les banques allemandes ont des intérêts dans presque toutes les sociétés d'exploitation de ce produit et les principales entreprises servant à son transport leur appartiennent. Grâce à des sociétés de vente du pétrole fondées en Allemagne, en Angleterre, en Belgique, en Hollande, et le contrôle exercé par l'Europaische Petroleum Union et le groupe Nobel, la plus grande partie du commerce du naphte en Russie et même en Europe était sous

leur direction ; et nous les retrouvons encore participant à une foule d'industries, sucreries, constructions mécaniques, produits chimiques, filatures, tissages, travail du lin, papeterie, caoutchouc et gutta-percha (une société de caoutchouc est la plus importante d'Europe et possède des dépôts dans toute la Russie d'Europe et d'Asie, dans l'Asie centrale, en Chine, en Australie...). Il y a un enchevêtrement, une union si étroite entre toutes ces entreprises qu'on semble bien découvrir un plan arrêté de mainmise de la finance allemande sur toutes les branches vraiment productives de l'industrie et du commerce russes (1).

Les Allemands avaient conquis pour ainsi dire le monopole de tous les produits chimiques employés en Russie (Allemagne, 70 p. 100 ; France, 5 p. 100 ; autres pays, 25 p. 100) et, d'une manière générale, de tous les produits nécessaires à l'industrie : moteurs à vapeur et à pétrole, turbines, pompes, machines pour apprêt et teinturerie, machines-outils, outils divers, installations électriques (environ 23 millions de marks). Les autres

---

(1) Pour plus de détails sur cette question, V. une très intéressante étude donnant des précisions : Les capitaux allemands dans l'industrie russe, *Bulletin de la Chambre de commerce russe de Paris*, avril 1915. — *Problèmes économiques et financiers de la Russie moderne*, par Yvan Ozeroff. Un vol. Paris, 1916.

principaux articles d'importation sont la laine brute et ouvrée, les tissus de laine, les produits pharmaceutiques (8.805 pouds contre 1.739 fournis par la France), les instruments de précision, les instruments de musique.

En consultant les listes des produits français susceptibles de trouver des débouchés en Russie, on constate des défaillances déplorables du commerce français (1). Croirait-on que l'Allemagne y vendait 18.044 pouds de conserves de viande et de gibier contre la France 2.275 ? L'Allemagne trouvait moyen d'y faire pénétrer des conserves de sardines à l'huile en plus grande quantité que la France.

Quelles étaient les causes d'infériorité manifeste de l'expansion française en Russie? Le commerce français s'est plaint des tarifs douaniers russes fort élevés; mais ces tarifs étaient les mêmes que ceux

---

(1) Indiquons comme particulièrement intéressante la liste par ordre alphabétique des produits français pouvant trouver des débouchés en Russie, dressée par M. A. Giraud, secrétaire de la Chambre de commerce russe de Paris, dans une excellente *Étude sur le commerce extérieur de la Russie* (p. 23). La liste, seulement indicative, sera heureusement complétée par les *Dossiers commerciaux :* Rapport commercial de M. G. Vaulier, attaché commercial de l'ambassade de France en Russie (1913, n° 1046) ; Manuel du commerçant en Russie (10 avril 1916), ce que doit faire le commerçant français pour le développement de ses relations avec le marché russe (octobre 1916).

pratiqués à l'égard du commerce allemand. Déjà le gouvernement impérial russe a montré son bon vouloir en envoyant à Paris, en 1914, une commission chargée d'atténuer la rigueur de certains règlements.

La situation des Allemands est privilégiée en ce qu'une frontière commune étendue facilite les échanges. En outre une propagande active était exercée par des représentants et voyageurs allemands sachant le russe.

Les moyens de transport direct entre la France et la Russie sont imparfaits et insuffisants. Les expéditions par chemin de fer doivent traverser la Belgique et l'Allemagne. Le service par colis postaux demande environ 19 jours. Restent les transports par mer. Les communications par la mer Noire sont relativement fréquentes; mais elles laissent fort à désirer par la mer Baltique.

Peu de navires français font de l'importation en Russie. Il y aurait urgence à relier les ports du Havre, Rouen et Dunkerque à Riga, Revel et Saint-Pétersbourg; le fret ne manquerait assurément pas. Des conclusions dans ce sens ont été formulées (21 mai 1915) par la Commission pour le développement des relations commerciales entre la France et la Russie présidée par M. Méline.

Dès que la Russie aura rétabli son équilibre poli-

tique et économique, l'initiative des commerçants français désireux d'exporter en Russie y sera guidée et facilitée par des institutions officielles et privées qui ont pris à tâche de développer les transactions directes entre la France et la Russie : l'Office de renseignements du ministère du Commerce à Pétrograd, l'Office national du commerce extérieur à Paris — nous en avons parlé déjà — la Chambre de commerce russo-française de Pétrograd (rue Gorokhovaïa, 13) et la Chambre de commerce russe de Paris (rue Tronchet, 27). La Chambre de commerce russo-française fait de chaleureux appels aux commerçants français, afin d'étudier tous les moyens de supprimer les intermédiaires allemands et autrichiens qui sont un obstacle infranchissable à l'établissement de relations économiques directes entre les deux pays ; elle prie les importateurs français de lui faire connaître, avec toutes indications utiles, les articles qu'ils sont en mesure d'acheter ou de vendre en Russie et pour lesquels ils désirent entrer en rapport avec des maisons russes ; elle publie un bulletin mensuel, mi-partie en français et mi-partie en russe, mis à la disposition de ceux qui ont des vœux à formuler ou des marchandises à offrir ; de même, la Chambre de commerce russe de Paris fait paraître un bulletin fournissant toutes indications

de nature à intéresser le commerce d'exportation (1).

On a déjà proposé de simplifier de beaucoup les formalités d'exportation pour les commerçants français par la création de bureaux de douane russe. Ces bureaux de dédouanement, placés sous la gestion de l'administration des douanes russes, recevraient la déclaration des exportateurs, les vérifieraient, et expédieraient les marchandises sous plomb au destinataire russe qui n'aurait plus qu'à les recevoir. Ce système encouragerait l'exportation par la sécurité donnée aux industriels.

La guerre resserrera tout naturellement les rapports commerciaux franco-russes. Le 9 février 1915, à la séance d'ouverture de la Douma de l'Empire, le président du Conseil, M. Goremykine, a déclaré que « la présente guerre a sonné l'affranchissement de l'industrie russe du joug allemand ». Récemment, le ministre des Finances de l'Empire, M. Bark, lors de son passage à Paris, donnait à nouveau l'assurance d'une bataille industrielle continuée sans merci contre l'Allemagne. « Nos amis les Français remplaceront désormais les Allemands sur le marché russe, mais ils n'y réussi-

(1) Un *Annuaire du commerce russe et français*, édité sous le patronage et avec le concours de la Chambre de commerce russe de Paris, a été annoncé comme devant paraître dans les premiers mois de 1918. Les exportateurs et importateurs y sont inscrits gratuitement.

ront qu'en s'appropriant leurs méthodes. Qu'ils viennent nous voir, étudier sur place nos besoins, nos habitudes, nos mœurs commerciales. Ils trouveront chez nous toute l'aide et toute la protection désirables, ils seront reçus les bras ouverts, nous ne reculerons devant aucun effort pour les contenter ». Il appartient aux Français de répondre à ces chaleureux appels. Tout donne à penser que les intérêts des deux peuples alliés sont liés par un long avenir, alors que la France aura recouvré son incomparable prestige de jadis et que la Russie aura développé, par les progrès de la civilisation, ses immenses capacités agricoles et industrielles.

L'interdiction de la vente de l'alcool « la vodka » (dont le monopole rapportait annuellement à l'Empire 1.600 millions de francs) est une mesure qui libéré le peuple russe (oukase impérial du 13-26 octobre 1914) d'un mal rongeur singulièrement grave. Et nous devons espérer que, sous un gouvernement stable, la Russie, régénérée, entrera dans la voie des réformes nécessaires au relèvement moral et économique. Sa population croissante — actuellement de 170 millions d'habitants — fournira à la production de la France de demain une clientèle de plus en plus étendue en même temps qu'un vaste marché pour l'achat des matières premières utiles aux progrès de notre industrie.

BELGIQUE

Par sa situation géographiqne, la Belgique était visiblement le débouché maritime du commerce allemand vers l'Ouest. Elle servait à l'expansion de l'Empire d'Allemagne. Aussi bien, malgré les sympathies naturelles qui, avant la guerre, reliaient déjà étroitement la Belgique à la France et se manifestaient par un mouvement d'affaires réciproques considérable (les exportations de France en Belgique, en 1913, se sont élevées à 1 milliard 103 millions), l'Allemagne exerçait une influence de plus en plus lourde sur sa voisine (1).

Le nombre des Allemands qui s'établissent en Belgique de 1890 à 1914 passe de 45.000 à 160.000 sans compter 140.000 naturalisés, qui, grâce à la loi Delbrück, n'avaient pas perdu leur nationalité d'origine. Cette invasion germanique se manifeste de tous côtés. Le pangermanisme a pour principaux organes des journaux tels que : la *Brusseler Zeitung,* créée en 1910, et le *Moniteur allemand,* d'Anvers.

Les agioteurs allemands de la finance et du

(1) L'avant-guerre en Belgique, par M. Solange-Bodin, *Revue de Paris,* 15 mai 1916. — *Les cahiers de la guerre,* n° 14. — Anvers et les Allemands, par M. Schwob, *Fédération des industriels et commerçants français,* Bulletin avril-mai 1904.

commerce mettent la main sur toutes les grandes entreprises. « 90 p. 100 des institutions de crédit, installées en Belgique, disent les *Cahiers de la guerre*, étaient allemandes, soit du fait de leur direction, soit du fait de leur capital ou de leurs sous-participants. Les principaux établissements bancaires allemands (Deutsche Bank, Dresdner Bank, Disconto-Gesellschaft) avaient installé en Belgique des succursales, sources précieuses d'indications; ou bien elles s'avouaient franchement germaniques, ou bien, comme la banque belge Josse Allard, mise sous séquestre à Paris, elles se cachaient sous leur étiquette belge, comme la *Société belge de Banque*, qui ne comptait que des Allemands dans son conseil d'administration. D'autres groupes financiers allemands prenaient des participations importantes dans le capital social de firmes belges ». Et par ce moyen, des administrateurs allemands se glissaient partout et en profitaient pour placer du mauvais papier qui ruinait la petite épargne belge.

La grande industrie n'échappait pas à la pénétration allemande. La fabrique d'armes de Liége a la moitié de son conseil d'administration allemande; de même, la fabrique nationale d'armes de guerre d'Herstaal, appartenant en grande partie à la maison Lœwe, de Berlin, est dirigée

par trois administrateurs allemands. La Société anonyme des Établissements Pieper (armes et munitions) a un directeur allemand. On trouve des Allemands à la tête de la Société minière de Liége, des aciéries de Sambre-et-Meuse, de l'industrie du zinc, des industries électriques sous des apparences de sociétés belges, etc.

Anvers est devenu le quartier général de l'influence pangermaniste. Elle en porte même extérieurement les stigmates. A Anvers, dit Camille Lemonnier (1), « on est mis en défiance contre quelque chose qui a cessé d'être flamand, l'enflure prétentieuse des architectures, le goût de la pacotille, et on se met à déchiffrer les enseignes aux jambages hauts comme des hommes, on est en Allemagne ». En haut et en bas, à la crête des toits et au ras des trottoirs, partout des noms allemands. « La grosse araignée teutonne a dévidé son cocon et a tendu sa toile de toit en toit à tous les points cardinaux ». Une nombreuse colonie allemande (12.370 Allemands, en 1913) s'est emparée du haut commerce anversois. Le petit employé de commerce allemand a su entr'ouvrir les portes des bureaux d'affaires et s'y glisser, avec ses habitudes de travail, patient, persévérant, inquisiteur.

---

(1) *Le Figaro* du 18 avril 1906.

La Chambre de commerce d'Anvers, sur 1.050 membres, en compte 200 qui sont allemands et y occupent des fonctions dirigeantes de présidents de section, vice-présidents, secrétaires... M. Bary, chef incontesté de la colonie allemande d'Anvers, ennobli par Guillaume II (Albert von Bary) pour services rendus à la cause allemande, siégeait dans 19 conseils d'administration d'entreprises belges et était directeur d'une florissante compagnie belge de prêts hypothécaires dénommée l'Industrie pastorale. La suprématie allemande s'affirmait dans toutes les branches du commerce maritime. L'exportation dans les pays d'outre-mer, *via* Anvers, comprend des marchandises, pour la plus grande partie d'origine germanique, provenant du trafic de la Westphalie, de la Bavière, de la Saxe, de l'Alsace-Lorraine. Les principales compagnies maritimes d'Anvers sont allemandes; les grandes firmes belges ou étrangères, dirigées par des Allemands; le vice-président de l'association de la Ligue maritime belge est un Allemand; allemandes, les premières maisons d'exportation, les plus importantes compagnies d'assurances maritimes. Consultons les statistiques du port d'Anvers. La France y est représentée par 163 navires et 193.000 tonnes, l'Allemagne par 1.083 navires et 2.393.000 tonnes.

Quinze sociétés de batellerie, toutes allemandes, disposent de 300 bateaux d'une capacité de 200.000 tonnes. Les commerces des blés, des engrais chimiques, des laines, des peaux, du pétrole, l'industrie hôtelière sont sous la dépendance allemande. Les Allemands font partie des sociétés philanthropiques, gymnastiques, musicales, etc., et, qui plus est, ils avaient réussi à contracter des alliances avec la haute société anversoise et à s'installer dans les plus beaux immeubles de la ville. M. Schwob (1), dès 1904, disait : « Tout Anvers sans exception est entre les mains des Allemands... C'est un mouvement tournant économique, mais aussi, ne l'oublions pas, la préparation d'un mouvement tournant militaire. La plus grande Allemagne commerciale prépare la plus grande Allemagne politique. On nous tourne du côté du Nord pour nous envahir commercialement en attendant l'autre invasion ». Et il signalait que les Allemands avaient pratiquement en leur pouvoir les chemins de fer belges.

L'importation des produits allemands en Belgique se chiffrait, en 1913, par 700 millions de francs

---

(1) *Fédération des industriels et commerçants français*, Bulletin d'avril-mai 1904.

et elle suivait une progression rapidement croissante.

Après la guerre, une réaction violente se produira certainement en Belgique contre tout ce qui est allemand, et sans distinction entre les populations de langue française ou flamande. Des haines vigoureuses et actives se feront jour contre la barbarie des envahisseurs par le boycottage de leurs produits.

La Belgique ne semblait pas se rendre pleinement compte des dangers d'enserrement qu'exerçait sur elle l'Allemagne. Cependant une ligue antipangermanique y avait été fondée en 1912. Mais elle était trop peu écoutée. Elle avait rédigé un décalogue antigermanique, qui renferme d'excellents conseils de méfiance contre les agissements qu'il est encore bon de rappeler : « 1. Accepter dans ses bureaux les services d'un employé allemand, c'est nourrir un serpent. — 2. Ne t'associe jamais avec un Allemand, tu seras roulé, parce que l'Allemand est fourbe et malhonnête en affaires. — 3. Ne place jamais tes capitaux dans une banque allemande. — 4. Ne souscris jamais à aucune émission patronnée par un groupe allemand : 1° parce que l'affaire est, neuf fois sur dix, onéreuse et surcapitalisée ; 2° parce que notre industrie nationale ne profite pas, pour un centime, de ces entreprises.

— 7. Si, par hasard, les circonstances t'obligent à traiter une affaire avec un Allemand, montre-toi plus fort que lui, fais preuve d'énergie ; l'Allemand est arrogant en face de la faiblesse ; il est plat comme une punaise devant celui qui lui tient tête. — 9. Méfie-toi de ceux qui cachent leur nationalité allemande sous l'étiquette suisse ou autrichienne. — 10. N'hésite pas à relever vertement les Allemands qui traitent la Belgique en pays conquis. S'ils se conduisent grossièrement, rappelle-les à l'ordre ; s'ils font trop de bruit dans un lieu public, fais-les taire. En un mot, *montre que tu es chez toi* et que tu as du poil aux dents ».

La Belgique reconquise saura rétablir son « chez soi » ; elle se souviendra toujours qu'elle a marché durant les jours d'épreuve aux côtés de la France. Elle redeviendra pour nous, aux jours de prospérité nouvelle, un marché plus important encore, plus largement ouvert que par le passé (1). Tout contribuera à rendre faciles et sûres les relations commerciales de la France et de la Belgique.

---

(1) La Belgique était le pays qui, par tête d'habitant, faisait le plus gros chiffre d'affaires avec la France. En 1910, un Belge nous achetait pour 114 francs de marchandises et nous lui en achetions pour 62 francs.

ITALIE

Dans le but d'asservir l'industrie et le commerce de l'Italie, une véritable invasion d'Allemands, jeunes gens, commis, employés, envoyés en avant-garde, commencèrent à préparer le terrain des futures moissons. En 1890, Francesco Crispi allait au-devant des désirs de la finance germanique en sollicitant son assistance pour la création de l'Instituto italiano de Credito Fondiario, avec le concours d'un syndicat de banquiers allemands. Bientôt après, en 1894, était fondée, à Milan, la fameuse Banca commerciale italiana, dont le capital primitif était de 5 millions seulement, fournis par un consortium de banques autrichiennes, suisses, italiennes et de cinq grandes banques allemandes, parmi lesquelles la Deutsche Bank, la Disconto, la Dresdner. Vingt ans plus tard, son capital s'est élevé progressivement à 156 millions de lires (ou francs). « Actuellement, disait au commencement de 1916 M. Giovanni Preziosi (1), cette banque — qui, en capitaux, dépôts, comptes courants, etc...,

(1) *La Germania alla conquista dell' Italia*, importante étude documentaire qui a eu un grand succès en Italie, 2e édit., Florence, 1916. — *L'invasione tedesca in Italia*, par Ezio M. Gray. V. aussi des études parues dans la revue *La Vita Italiana*.

a annuellement un mouvement d'argent italien qui oscille autour de l'énorme somme de 800 millions — est gouvernée par trois Allemands : Weil, Joel et Tœplitz; les Italiens qui figurent dans le conseil de direction ne sont pas autre chose que des *hommes de paille et des têtes de bois* ». Les Italiens étaient en minorité dans le conseil d'administration et les étrangers y étaient, en outre, prépondérants par la qualité. « Les emplois honoraires, dit M. Preziosi, y sont réservés aux Italiens et les postes actifs aux étrangers, et de préférence aux Allemands et aux Autrichiens ». Néanmoins, l'argent allemand engagé dans la Banca commerciale, instrument de domination allemande, ne constituait qu'une très faible proportion du capital total, mais il y était tout-puissant parce qu'il était admirablement dirigé. Les actionnaires allemands, faisant toujours bloc, savaient créer la majorité dans les assemblées générales.

La Banca commerciale, en Italie mieux que partout ailleurs, avait pratiqué ce que M. Preziosi nomme très justement « la méthode de la chaîne ». Nous en avons vu des exemples déjà en montrant ce qu'était l'organisation bancaire en Allemagne. La Banque, ou société mère, qui dispose de capitaux, forme autour d'elle des filiales, grâce à des paquets d'actions acquises à la fondation et qui lui

permettent d'introduire ses représentants dans les conseils de direction ou d'administration. Les filiales, à leur tour, établissent des sous-filiales qu'elles conservent sous leur dépendance par les mêmes procédés. Puis toutes les sociétés apparentées, liées les unes aux autres par des actions achetées, vendues, échangées, allongent sans cesse la chaîne dont la Banque ou société mère tient toujours solidement les extrémités. Aussi la liste des filiales de la Siemens Schuckert, de ses sous-filiales, sociétés affiliées disséminées dans le monde entier, remplit des pages dans le volume de M. Preziosi.

De cette façon, la finance allemande, avec l'aide de la Banca commerciale, comme principal et puissant instrument, avait couvert l'Italie d'un réseau qui s'étendait, en même temps qu'il serrait ses mailles, sur toutes les grandes entreprises de la péninsule : industries mécaniques, sidérurgiques, électriques, métallurgiques, minières, textiles, constructions navales, sociétés de navigation.

Comme on s'en doute bien, le service des informations et de l'espionnage commercial était admirablement organisé par les Allemands et à leur profit. A la Banque allemande, tous les moyens étaient bons pour forcer la vente du produit allemand, exclure le produit étranger ou italien. Le

commerçant ou industriel allemand en Italie trouvait à la Banque allemande des conditions de faveur et de longs et larges crédits, et de même la maison italienne qui vendait spécialement des produits allemands. Toutefois, l'industriel italien, client d'une banque allemande et qui avait besoin de matériel pour sa fabrication, était l'objet, de la part de la banque, de pressantes recommandations pour des fournisseurs allemands, et la recommandation prenait la forme même d'un ultimatum : « Adressez-vous à la maison que nous vous indiquons, sinon nous vous coupons le crédit, nous vous fermons notre porte ! » Afin de réduire, d'écraser des commerçants ou industriels récalcitrants, la Banque allemande mettait en jeu les moyens les plus perfides ; grâce aux agences d'information sous sa coupe, elle faisait répandre des « informations réservées et confidentielles » qui échappaient à tout contrôle, aux sanctions pénales, qui étaient ignorées des victimes elles-mêmes. Ces fiches d'informations imprimées ne portent pas de marque d'origine et sont rédigées en termes conventionnels, et par la calomnie elles atteignent leur but : le discrédit, la ruine du négociant calomnié, ou l'obligation pour lui de se soumettre aux exigences de la banque. De pareils procédés, s'ils n'étaient réels, pourraient paraître incroyables !

On les jugera d'un mot : ce sont des procédés « boches ».

Des taupes allemandes creusaient le sol italien que des mains allemandes travaillaient ensuite au grand jour. Ainsi le matériel électrique, d'une valeur dépassant 200 millions, y a été importé d'Allemagne ; les appareils de chauffage, les articles de bazar, etc., viennent d'Allemagne.

L'Allemagne a conquis la première place dans la fourniture de la coutellerie et elle est parvenue à évincer presque complètement l'Angleterre, même dans les qualités supérieures. La concurrence allemande avait réussi à supplanter des fabrications italiennes locales et traditionnelles, articles d'orfèvrerie et d'argenterie de Florence, bijouteries en filigrane de Venise, objets de piété de Rome, etc...

Il faut le redire encore, car c'est une des raisons du succès, l'Allemand ne craint pas sa peine pour donner toute satisfaction à son client. « Un viticulteur du midi de l'Italie disait à M. Claudel (1) qu'avant de construire le type particulier de pompe qui est maintenant universellement employé dans les chais de sa région,

(1) *Dossiers commerciaux*, Italie, 13 mai 1916.

les industriels allemands avaient envoyé sur place des techniciens qui s'étaient rendu compte des conditions particulièrse de la vendange et avaient procédé à des essais minutieux. De même, quand il s'agit de placer un nouveau type de machines, ils n'hésitent pas à le faire accompagner d'un contremaître qui donne aux clients toutes les explications nécessaires et leur en apprend l'usage ». Et, souvent, le consignataire de l'appareil a un dépôt de pièces détachées, fabriquées préalablement en série, numérotées, de façon que les remplacements occasionnés par détérioration ou usure soient faciles et immédiats.

Aujourd'hui l'Italie secoue le joug économique de la domination allemande. Une campagne antigermanique a été vigoureusement menée à l'intérieur ; M. Giovanni Preziosi en est l'un des chefs. Et comme il le dit : « Il est heureux que la guerre ait éclaté à un moment où nous n'étions pas encor complètement les esclaves du despotisme teuton ». Les premiers effets se sont fait sentir déjà dans le sanctuaire du germanisme. Lors de l'Assemblée générale du 26 mars 1916, MM. Otto Joel et Frederico Weil, les très actifs administrateurs délégués de la Bauca commerciale, directeurs effectifs, ont été contraints d'abandonner leurs fonctions. Les Italiens ont les yeux ouverts désormais sur l'em-

prise germanique, tandis que, par contre, se sont éveillées d'ardentes sympathies francophiles. Les circonstances nous seront favorables pour prendre maintenant une large place dans le mouvement des échanges de la Péninsule.

Il y a eu longtemps zizanie entre les sœurs latines, la France et l'Italie, pour leur grand dommage.

En 1887, une crise de protectionnisme, provoquée par les exigences de l'Italie, avait déterminé la rupture des négociations avec la France pour le renouvellement du traité de commerce de 1881. La secousse fut brutale. Les importations françaises, qui tenaient la plus large place dans les importations étrangères en Italie, tombèrent en une seule année de 345 millions à 115, tandis que les exportations italiennes en France tombaient de 405 millions à 170. La Péninsule paya chèrement son changement d'attitude. La période 1888-1898 fut pour elle pénible à passer avec les désillusions de l'agriculture, la crise financière, la hausse du change, les agitations ouvrières, l'augmentation de l'émigration, la dépopulation des campagnes. Malgré cette dépression économique, les progrès cependant s'affirmèrent. Après 1898, une fièvre d'affaires envahit la nation. « Jusqu'en

1907, dit M. Bonnefon-Craponne (1), c'est une période sans exemple de prospérité industrielle et commerciale : l'Italie rayonnante voit ses prévisions les plus optimistes dépassées ».

Entre temps, l'industrie allemande avait su prendre une place prépondérante dans toutes les branches de l'industrie et du commerce italiens. Voici les chiffres comparatifs du mouvement du commerce spécial de l'Italie avec la France et l'Allemagne en 1886 et 1893 :

Importations en Italie (en millions de lires)			Exportations d'Italie (en millions de lires)		
1886	d'Allemagne..	129,30	1886	En Allemagne.	107,90
1913	» ..	612,69	1913	» .	343,44
1886	de France.....	310,84	1886	En France....	440,65
1913	»	283,36	1913	»	231,48

Sur l'ensemble des importations en Italie, 16,7 p. 100 venaient d'Allemagne, et sur l'ensemble des exportations italiennes, 14,4 p. 100 allaient en Allemagne (2). L'Allemagne était de toutes les

(1) *L'Italie au travail*, par L. Bonnefon-Craponne, Paris, 1916. — *Dossiers commerciaux*. Rapport de M. Claudel sur l'Italie, 13 mai 1916. — Les exportations françaises en Italie, par Angel Marvaud, *Bulletin de la Fédération des industriels et commerçants français*, février-mars 1912. — L'Italie économique, par R.-G. Lévy, *Revue des Deux Mondes*, 15 juillet 1915.

(2) *Annuario di statistica*, 1914, p. 224. — *Dossiers commerciaux* Relations de l'Italie avec les Empires centraux, 5 août 1916.

nations celle qui faisait avec l'Italie le plus gros chiffre d'affaires.

Le marché italien, on l'ignore trop, offre et offrira plus encore, dans un avenir prochain, de grandes ressources. La population italienne, qui s'élève déjà à 36 millions d'habitants, est croissante et égalera, si elle ne la dépasse bientôt, celle de la France. Les chiffres de l'émigration sont encore élevés, mais les émigrants italiens forment des colonies qui fournissent une excellente clientèle à la mère patrie ; et, fait à noter, un grand nombre d'entre eux y reviennent, après une laborieuse absence, avec des économies.

Les grandes industries révélatrices de la prospérité générale se développent rapidement dans la Péninsule : métallurgie, industrie chimique, « soierie, automobilisme, etc. ». Un recensement du 10 juin 1911 a établi qu'il existait alors 243.985 entreprises industrielles occupant 2.305.698 ouvriers et utilisant une force motrice de 1 million et demi de chevaux-vapeur. Si l'Italie est pauvre en houille, elle est, par contre, abondamment pourvue de houille blanche, eau bouillonnante des torrents descendant de la montagne, capable de remplacer le charbon en produisant le courant électrique qui transporte au loin la force motrice et la distribue. En 1914, les centrales électriques italiennes pro-

duisaient plus d'un million de chevaux, et ce n'est là que le tiers à peine de la force en houille blanche exploitable dans le pays.

On ne saurait trop insister sur l'intérêt que l'industrie et le commerce français, dès à présent, ont à lier des rapports commerciaux suivis avec les Italiens. Nous devons chasser les Allemands en nous substituant à eux. « La place prise en Italie, dit M. Angel Marvaud (1), par les industriels d'outre-Rhin s'explique parce qu'ils ne se contentent pas, comme les nôtres, de simples représentants, mais qu'ils ont installé des succursales avec des dépôts importants pour être à même de servir la clientèle rapidement et pour la faire suivre de plus près par leur propre personnel ». La Chambre de commerce française de Milan (2), en 1910, déclarait ne pas connaître « une seule maison française qui ait entrepris une lutte sérieuse sur ce terrain ». Il n'y a pas de raisons pour que nos industriels et commerçants aient recours à des commissionnaires étrangers dans un pays où nos produits sont réellement appréciés. Les Français sont d'autant plus inexcusables que la connaissance et l'usage de

---

(1) Les exportations françaises en Italie, *Fédération des industriels et commerçants français*, Bulletins de février et mars 1912.
(2) *Bulletin*, janvier 1910, p. 42.

notre langue se généralise dans la Péninsule. « Aujourd'hui, disait M. Marvaud, en 1912, bien rares sont les magasins, même dans les petites localités, où l'on ne parle pas le français. Et un Français peut voyager dans toute l'Italie, de Milan à Palerme, sans connaître un mot d'italien ».

Les études documentaires publiées par l'Office du commerce extérieur donnent des indications très encourageantes. Les producteurs français ignorent ou oublient trop que la Chambre de commerce de Milan est une organisation admirable, capable de leur procurer des renseignements très précis, très sûrs, sur la clientèle italienne.

Le Bulletin mensuel de la Chambre de commerce de Milan fait honneur à son directeur, M. Hugon; c'est un modèle du genre, une mine abondante de documents et d'informations précieuses pour tout négociant français qui veut s'introduire sur le marché italien.

Il faut que notre commerce d'exportation se développe en Italie; dans l'état de choses actuel, il nous suffit de vouloir. Si l'on réfléchit un peu, et si l'on considère toutes les manœuvres et machinations à longue portée, patiemment ourdies par l'Allemagne, si prévoyante en pareille matière, afin d'exercer une emprise des plus serrées sur

l'industrie et le commerce italiens, on ne peut mettre en doute le très grand intérêt qui s'attache au développement de nos exportations dans la Péninsule. Demain on en comprendra mieux l'importance. Mais demain sera fait de ce que nous sèmerons et réaliserons sans tarder.

ÉTATS-UNIS D'AMÉRIQUE

Les États-Unis d'Amérique, avant la guerre, se trouvaient dans une situation particulière à l'égard de l'Allemagne, car ils ouvraient largement les portes de leur territoire aux éléments allemands qui s'incorporaient à la population américaine autochtone. De là tout naturellement une importante invasion de sujets allemands et de marchandises allemandes. « On sait combien, à partir de 1830 surtout, dit M. H. Litchtenberger (1), l'émigration a été considérable. Des colonies allemandes se sont ainsi formées en grand nombre. La plus importante de beaucoup est celle des États-Unis. On évalue à 27 millions les Américains de sang allemand, à 10 ou 12 millions le nombre de ceux dont l'origine allemande se marque plus visiblement, soit qu'ils parlent l'allemand, soit

(1) *L'Allemagne moderne*, p. 141. 1 vol. in-12. Paris, 1904.

qu'ils descendent de parents allemands, soit qu'ils aient conservé dans leurs habitudes ou leurs cultures des attaches avec la mère patrie. Cette imposante colonie — il y a à peu près autant d'Allemands aux États-Unis qu'en Autriche — serait, pour la puissance germanique, un élément de premier ordre si l'élément allemand ne se laissait pas assimiler avec une grande facilité et ne se dépouillait de tous ses caractères de race à la seconde ou troisième génération, parfois même à la première ». Sur 32.527.295 immigrants étrangers établis aux États-Unis de 1821 à 1905, l'Allemagne en aurait fourni 5.527.259, ce qui est un très gros chiffre.

La colonie allemande aux États-Unis était, comme partout, trèsactive à développer l'influence germanique sous toutes ses formes. Ces dernières années a été fondée la Ligue nationale des Allemands d'Amérique (Deutsche-Amerikanischer National Bund) dans le but de resserrer les liens d'union entre ces Allemands émigrés et de maintenir leur contact avec la mère patrie. Le Bund compte 500.000 membres et a partout des comités; il entretient une école normale d'instituteurs e une école de professeurs d'éducation physique. Dans beaucoup de grandes villes, Chicago, Millwaukee..., il y a des écoles allemandes;

à New-York, Boston, Saint-Louis, il y a des théâtres allemands où on entend de la musique allemande. Au musée national allemand d'Harvard et aux galeries d'exposition de Columbia, les émigrés allemands peuvent récréer leurs yeux en y regardant des œuvres d'art allemandes, reproductions et originaux (1). « Aux États-Unis, dit M. Gabriel Alphaud (2), leurs agents secrets, leurs diplomates, leurs négociants et leurs courtiers étaient partout ». Le président Wilson, dans son discours du Flag Day (15 juin 1917), signale l'emprise germanique : « Les maîtres militaires de l'Allemagne ont osé dénier aux Américains le droit à rester neutres. Ils nous ont inondé d'espions et de conspirateurs ».

Les banques allemandes tenaient une large place aux États-Unis. Les grands établissements financiers de Berlin, Francfort, Hambourg y avaient de puissantes succursales; les établissements Speyer, Vanburg... y étaient les piliers angulaires de l'influence bancaire de l'Allemagne ; en outre, de nombreuses banques locales dirigées

(1) Les Allemands aux États-Unis, par M. L. Cahen. *Larousse mensuel*, déc. 1915.

(2) *Les États-Unis contre l'Allemagne*, 1 vol. in-8. Paris, 1917. — *L'action allemande aux États-Unis*, par le même auteur. 1 vol. in-8. Paris.

par des Allemands, y faisaient les affaires des émigrés allemands qui s'adressaient à elles de préférence. Nombreuses étaient les maisons allemandes y faisant le commerce de gros ou de détail. On compte, à New-York, 800.000 Allemands contre 300.000 Français.

Durant l'année 1912-1913, les importations allemandes aux États-Unis, en voie de croissance, s'élevaient à 960 millions, tandis que les importations françaises se chiffraient par 711 millions (1). C'est dire combien était intéressante pour l'Allemagne l'exportation aux États-Unis. Tout donne à penser que ce mouvement d'affaires se ralentira considérablement après la guerre, ne serait-ce qu'en raison du développement industriel des États-Unis qui ont créé des fabrications nouvelles. « Beaucoup de produits, observait récemment le chef du bureau commercial à Washington, que nous importions d'Europe, il y a deux ans, sont maintenant fabriqués par des maisons américaines, lesquelles ont constaté, à leur grande surprise, qu'elles pouvaient les établir à meilleur marché que les usines européennes. De là une

(1) *Dossiers commerciaux,* États-Unis, rapport de M. Nettement, consul de France à New-York, 29 mai 1915. — La concurrence aux produits allemands et austro-allemands, rapport Heilmann, attaché commercial de France aux États-Unis, 25 août 1915.

vraie révolution dans la situation économique de notre pays qui se trouvera tout autre après la guerre » (1).

En se plaçant au point de vue français, il paraît certain que les liens resserrés avec les États-Unis au cours de la guerre actuelle détermineront des ententes commerciales. Ils élargiront le courant d'affaires que nous avons déjà vers l'Amérique du Nord. Quantité de produits français y recevront le meilleur accueil.

La confédération des États-Unis comprend 48 États, un district fédéral et deux territoires, peuplés de 103 millions d'habitants. La superficie des territoires (9.369.000 kilomètres carrés), est presque aussi importante que celle de l'Europe (9.963.000 kilomètres carrés). La richesse minière en est remarquable. Ce pays est au premier rang pour la production de la houille, du pétrole, du cuivre, de l'aluminium, du fer, du zinc, du manganèse, du plomb... il produit 36 p. 100 de la houille et 62 p. 100 du pétrole, plus de 50 p. 100 du cuivre, extraits dans le monde entier. L'étendue du terrain houiller dépasse un million de kilomètres carrés, soit deux fois celle de la France,

---

(1) Les révolutions économiques de la guerre, par le vicomte G. d'Avenel, *Revue des Deux-Mondes*, 15 février 1917.

d'où l'extraction annuelle a une valeur de 15 milliards environ. La production agricole est formidable en coton, maïs, blé, bétail... (1).

Le commerce extérieur des États-Unis a manifesté une remarquable prospérité durant ces dernières années :

	Importations	Exportations	Excédents d'exportations
		(En millions de francs)	
1914......	8.915	10.570	1.625
1915......	8.895	17.779	8 880
1916......	11.960	27.405	15.445

La fortune publique aux Etats-Unis était évaluée, en 1912, à 187 milliards de dollars. En 1917, elle dépasse de beaucoup 200 milliards de dollars. « Le revenu national, dit M. Raphaël-Georges Lévy, est évalué à 30 milliards de dollars, alors que celui de l'Angleterre n'est que de 12 milliards » (2).

La prospérité publique est évidente aux États-Unis ; nous en ressentirons assurément les effets. Déjà la statistique douanière montre des augmentations dans les achats américains d'articles de luxe

---

(1) La puissance économique et financière des États-Unis de l'Amérique du Nord, par Edmond Théry, *Économiste européen*, n° du 6 avril 1917 et les 4 nos suivants.

(2) Société d'Économie politique, *Bulletin*, séance du 5 janvier 1917.

en Europe, par rapport aux années antérieures. Pour ne citer qu'un exemple : la valeur d'importation des diamants taillés s'est élevée à 234 millions de francs en 1916, contre 80 millions en 1914.

Il n'est pas douteux que les États-Unis, d'accord avec les autres alliés, favoriseront, après la guerre, nos importations sur leur territoire, alors qu'ils n'accorderont plus les mêmes facilités que jadis au commerce extérieur allemand.

CANADA

S'il est un pays où se sont conservées des traditions françaises, l'empreinte française, l'estime de la France, c'est à coup sûr le Canada. Pendant une période de sept années, les produits allemands, à leur entrée au Canada, étaient grevés d'une surtaxe. Jusqu'en 1906, les importations d'Allemagne y étaient entravées et difficiles. Comment n'avons-nous pas su tirer parti de cette situation particulière, qui avait pour effet d'avantager les produits français pour les implanter largement au Canada? Or, dès que les surtaxes frappant les importations allemandes ont été abolies, celles-ci ont regagné le terrain perdu. Depuis 1910, leur importance a doublé. Ces importations ont suivi une progression beaucoup plus rapidement ascendante que celle

des importations françaises : elles se chiffrent en 1913 pour l'Allemagne par 72 millions 369.165 fr. et pour la France par 77 millions 641.140 francs. Cela est d'autant plus significatif que, au dire de M. Génin, conseiller du commerce extérieur de la France à Montréal : « L'Allemagne n'est cependant pas favorisée au point de vue des droits de douanes : le tarif général lui est, en effet, appliqué, alors que la France jouit du tarif intermédiaire. Remarquons que ce sont surtout des produits industriels et des objets de manufactures qui sont importés au Canada. L'Allemagne, grâce à sa production, parvient à mettre ses prix assez bas pour concurrencer les produits français, malgré un transport plus long et des taxes d'entrée plus élevées » (1). Ce fait prouve, une fois de plus, que l'initiative de nos fabricants exportateurs doit activement s'appliquer à une production à meilleur marché pour pouvoir concurrencer la production allemande. Dès maintenant, le Canada fera bon accueil aux produits français, on n'en saurait douter.

Il en faut dire autant des colonies de nos alliés et notamment des colonies anglaises sur lesquelles les Allemands déversaient de grosses quantités de marchandises. Dans quelques-unes même un

---

(1) V. *Dossiers commerciaux*, Canada, 16 janvier 1915.

boycottage a été organisé. A Durban (Natal), dit le consul de France, « les dames viennent de se liguer en vue de s'opposer, à l'avenir, à l'importation au Natal des marchandises de fabrication allemande et autrichienne. Un comité s'est constitué à cette occasion ». Le consul d'Alexandrie signale la vente importante de produits chimiques et pharmaceutiques qu'y font les Allemands, presque exclusivement, grâce à des groupements d'articles « sur un paquebot spécial qui visite tous les ports d'Orient ». Marseille serait beaucoup mieux placée que Hambourg, comme point de départ d'une telle tournée commerciale. Combien d'observations de ce genre on pourrait recueillir dans les rapports des consuls montrant que pour concurrencer les Allemands nous négligeons de tirer parti des circonstances les plus favorables !

CHINE

La culture allemande organisée, symbole de la force, était bien faite pour exercer du prestige sur l'esprit des Chinois ; l'Allemagne n'avait pas manqué d'user de violence à leur égard en s'emparant de Kiaou-Tchéou, où elle avait établi à grands frais une colonie florissante destinée à être un centre d'expansion germanique sur tout le Céleste Empire.

Les importations de l'Allemagne en Chine s'élevaient en 1912 à 175 millions de francs; mais il est évident qu'elle formait de vastes projets et échafaudait de larges espérances sur le développement du commerce germanique sur un marché de plusieurs centaines de millions d'habitants, où s'établit tout un réseau de chemins de fer de pénétration. La prise de Kiaou-Tchéou est une grave atteinte portée à l'influence allemande en Chine et dans tout l'Orient; nous devons profiter de cet événement d'une importance économique considérable.

JAPON

Le Japon, cherchant à s'orienter pour l'adoption des progrès de l'Occident, n'avait pas échappé au prestige qu'exerçait la mentalité germanique. Il envoyait volontiers ses jeunes nationaux suivre les cours des grandes universités allemandes. L'Allemagne, par contre, trouvait au Japon bon accueil à ses marchandises.

L'exportation allemande de 1912 peut être évaluée à 155 millions de francs environ. Parmi des produits très variés, une grande place est occupée par les produits chimiques, les colorants, l'indigo artificiel, les appareils et fournitures électriques, les articles métalliques, la pulpe pour la fabrica-

tion du papier, le papier à imprimer, les lainages, les machines.

Le Japon cependant ne néglige rien pour assurer « le Japon aux Japonais ». Les défaillances de l'Allemagne sont déjà mises à profit dans le but de contrecarrer les avantages de ses conquêtes économiques. Des lignes de navigation japonaises ont remplacé les lignes allemandes sur les côtes du nord de la Chine et jusqu'en Indo-Chine et au Siam. Ingénieurs et marchands japonais parcourent la Chine pour y placer les produits japonais en remplacement des produits allemands.

L'attention des Japonais est en éveil. Voici un exemple : La Suzuki Compagnie de Nagoya, ayant appris que les États-Unis recevaient presque tous leurs violons d'Allemagne et d'Autriche, y a envoyé ses représentants et a réussi à obtenir une première commande de mille instruments.

Les commerçants français, à l'heure actuelle, pourraient, sans beaucoup d'efforts, reconquérir dans l'Empire du soleil levant des sympathies leur ouvrant d'intéressants débouchés.

PORTUGAL

Le Portugal recevait d'Allemagne 68 millions de produits divers (1912). C'est un petit pays, mais

qui n'est pas sans intérêt pour nous en raison de la facilité des exportations françaises par la voie maritime.

ROUMANIE ET SERBIE

La Roumanie et la Serbie seront désormais liées au bloc des nations alliées. Le commerce avec ces deux pays n'est pas négligeable. Les importations allemandes en Roumanie se sont chiffrées en 1912 par 176 millions.

PAYS NEUTRES

L'exportation française dans les pays neutres sera à coup sûr ardue après la guerre, d'autant plus que l'Allemagne se trouvera dans l'impérieuse nécessité d'ouvrir sans délai des débouchés aux produits de ses usines. Plusieurs de ces pays absorbaient une quantité considérable de marchandises allemandes.

Au point de vue qui nous intéresse surtout ici, celui des exportations françaises, nous les classerons en deux groupes : Pays d'Europe et pays hors d'Europe. Les pays d'Europe ont reçu des produits allemands, en 1912, dans les proportions suivantes :

Hollande......	940 millions de francs.		
Suisse.........	650	»	»
	(ou 517 francs par tête d'habitant)		
Danemark.....	435 millions de francs.		
Suède.........	383	»	»
Norvège.......	233	»	»
Espagne.......	140	»	»

On voit immédiatement que la France a dans ces pays, voisins et facilement accessibles, de beaux marchés, dignes d'être mieux exploités qu'ils ne l'ont été par nous jusqu'à présent. Restent les autres pays du monde pour chacun desquels il serait facile de se former une opinion précise en s'aidant des rapports et dossiers commerciaux français et étrangers. Voici les principaux avec la valeur de leurs importations d'Allemagne :

Argentine...............	320 millions de francs.		
Chili....................	170	»	»
Mexique................	125	»	»

La place manque ici pour énumérer tous les pays où s'exerçait l'expansion du commerce allemand. Les Allemands avaient noué des relations commerciales partout où elles étaient possibles ; notons enfin ce simple fait : ils ne dédaignaient même pas de fabriquer des flèches pour les sauvages de l'Amérique du Sud.

Les conditions nouvelles de la guerre au commerce allemand

Le simple exposé des progrès de l'industrie et du commerce allemands et de leur pénétration sur les grands marchés du monde est une éloquente leçon de choses ; il montre la valeur pratique, indiscutable, des méthodes allemandes, bonnes en elles-mêmes, indépendamment de leurs promoteurs, parce qu'elles sont rationnelles et scientifiques, parfaitement adaptées aux possibilités des temps modernes, aux habitudes, aux goûts d'une clientèle qu'il s'agit de capter en tous pays. Aussi bien il convient, à nous Français, de nous les assimiler, de nous en servir comme d'armes perfectionnées indispensables pour vaincre dans la lutte économique.

Durant ces dernières années, l'incertitude du lendemain était le prétexte, trop souvent invoqué, d'une prudence dans les affaires poussée jusqu'à l'excès. L'esprit d'entreprise était paralysé en présence de capitaux qui, au lieu de s'offrir d'eux-mêmes, se dérobaient, se cachaient, improductifs,

dans les coffres-forts, comme les pièces d'or de l'avare endormies dans sa cassette. L'horizon semblait s'être abaissé autour de nous comme pour arrêter dans leur vol les longs espoirs et les vastes projets. Mais au lendemain d'une victoire définitive, chèrement achetée au prix de sacrifices de toutes sortes, d'une perte irréparable de capital humain particulièrement précieux, une mentalité nouvelle plus hardie, plus combative, fera grandir dans les âmes une volonté tenace de parfaire la revanche. Grâce à la coordination des efforts dans les arts de la paix, la France reprendra cette puissance d'expansion qu'à maintes reprises elle a manifestée dans l'histoire de son glorieux passé. Le merveilleux essor des énergies françaises, réveillé par les ardeurs du patriotisme, devra se perpétuer dans l'œuvre du commerçant patriote chargé de développer les forces économiques de notre patrie, de faire flotter le drapeau français sur toutes les mers, de répandre, sous le couvert des marchandises françaises, l'influence française dans tous les coins du monde.

Il appartiendra au gouvernement de seconder avec discernement et sans parti pris les entreprises utiles à la prospérité générale, et à la France elle-même de se créer une âme collective vraiment éprise de la grandeur nationale, qui

dépensera son activité dans une politique d'affaires profitable à tous et seule capable de maintenir l'union sacrée entre les citoyens.

Le relèvement de la patrie, la grande œuvre de demain, doit avoir un avenir assuré non pas seulement par la formation d'une plus grande France, respirant librement dans des frontières traditionnelles, mais plus encore par l'établissement d'un état de choses stable qui procurera à nos enfants et petits-enfants une ère de paix, de progrès, de prospérité. Nous sommes en droit de l'espérer comme prochain, si nous avons foi dans l'opinion d'un de nos ennemis, le prince de Bülow : « Jamais une nation ne s'est relevée aussi rapidement de ses désastres que la nation française. Aucune n'a regagné aussi facilement son élasticité, sa confiance en elle-même et son énergie après des défaites écrasantes » (1).

La puissance de l'Allemagne vaincue. — Quelle résistance l'Allemagne sera-t-elle capable, après sa défaite, de nous opposer sur le terrain économique? C'est là un point à éclaircir. Ce serait une erreur de croire que les Allemands, la paix conclue, renonceront à reprendre pied sur les marchés mondiaux que le blocus les a momentanément

(1) *La politique allemande.*

contraints d'abandonner. Ils ne négligeront rien pour renouer les relations brisées. A la reprise des affaires, nous devrons rivaliser avec eux pour nous assurer les commandes de leurs anciens clients ; car la véritable conquête d'un marché ne consiste pas dans le remplacement temporaire d'un produit qui a pénétré à l'improviste comme une carte forcée, mais bien dans l'établissement de relations suivies librement entretenues par les acheteurs. Nous devrons fabriquer dans des conditions telles que nos produits pourront soutenir la concurrence. Cela n'est pas impossible, pour de multiples raisons, si nous savons prendre, en suivant la manière forte, des mesures convenables de défense.

La situation financière de l'Allemagne. — Sans rien exagérer, il est certain que la défaite de l'Allemagne déterminera la rupture de son équilibre économique.

Quelle sera sa situation financière? La mégalomanie avait déterminé, avant la guerre, une fièvre de dépenses somptuaires dans les villes allemandes, si bien que les emprunts contractés par elles s'élevaient à 17 milliards de marks. La Dette publique de la Confédération, grossie par les emprunts servant à combler les déficits périodiques et par les exigences du militarisme, avait

porté, en 1913-1914, à 12 milliards 295 millions de marks (Empire : 5 milliards 596 millions; Prusse : 4 milliards) ou 15 milliards 369 millions de francs, le chiffre total du budget. D'ailleurs, le cours moyen de la rente allemande — thermomètre financier généralement assez précis — s'était abaissé pour le 3 1/2 p. 100 à 84 marks en juillet 1913 (1).

Les derniers emprunts de l'Empire ne pouvaient plus alors être placés entièrement malgré tous les efforts tentés. Diverses études économiques avaient fait entendre, avant la guerre, des sons de cloche d'alarme. M. Lucien Hubert, député, en 1911, disait en conclusion de l'examen du bilan allemand : « La situation budgétaire de l'Allemagne considérée dans son ensemble est incontestablement difficile ». A une date récente, M. l'abbé Wetterlé, précédemment député au Reichstag, estimait que, sur un revenu moyen de 350 marks, le contribuable allemand était chargé de 71 marks d'impôts effectifs. « On était donc arrivé à l'extrême limite des capacités de la population. Les budgets

(1) La guerre d'usure économique contre l'Allemagne, par le lieutenant-colonel Edmond Théry, *L'Économiste européen*, 22 janvier 1915. — *L'effort allemand*, par Lucien Hubert, député. Paris, 1911. — L'Allemagne. Les Finances, par l'abbé Wetterlé, ancien député au Reichstag, *Annales politiques et littéraires*, 14 mars 1915.

étaient tous en déficit, et, comme par ailleurs, toutes les matières imposables avaient été frappées de droits déjà excessifs, la possibilité d'un assainissement des finances avait complètement disparu. On ne saurait trop répéter que ce fut là une des causes déterminantes de la guerre ».

L'Allemagne spéculait pour se tirer d'embarras sur une guerre promptement victorieuse ; la victoire, dans les prévisions gouvernementales et pangermaniques, était escomptée comme absolument certaine ; elle procurerait des ressources immédiates et des débouchés plus larges à la production industrielle, en conséquence des traités draconiens imposés aux vaincus. Les événements ont pris une autre tournure. L'Allemagne sera réduite à entasser Pélion sur Ossa, à faire une formidable addition de milliards de marks. Aux dettes anciennes (26 milliards de marks environ) viendra s'ajouter un total impossible à préciser, d'au moins 100 milliards de marks pour les frais de guerre (1), sans compter les pertes subies par son commerce et son industrie, les indemnités de

---

(1) L'Allemagne après la guerre au point de vue économique et financier, par Edmond Théry, *L'Économiste européen*, nos du 11 août 1916 et suivants. M. Théry évalue les frais de guerre, au 1er août 1916, à 73 milliards. Les dépenses mensuelles de l'Allemagne seraient d'environ 3 milliards et demi.

guerre à payer aux alliés, les indemnités aux victimes de sa barbarie, la réparation des dommages en pays envahis (destructions de villes, de monuments, de maisons, d'arbres, vols de valeurs de bourse, etc...), les pertes subies par les capitaux allemands employés à l'étranger, résultant de l'arrêt des opérations commerciales et des mises sous séquestre, de l'abaissement du taux du change, etc... Il est inutile d'aligner des chiffres, encore problématiques, mais il reste certain que la note des milliards à payer sera effrayante.

« En résumé, dit M. Biard d'Aunet (1), l'évaluation à 140 ou 150 milliards représente une prévision modérée du total des indemnités que les Alliés pourraient demander au seul titre de remboursement des dépenses déjà faites et de réparation des dommages matériels causés par l'ennemi ». M. Biard d'Aunet ne croit pas que l'Allemagne et l'Autriche-Hongrie soient en état de supporter le poids de pareilles exigences. Il considère que, même en tenant compte de la réduction des charges du militarisme (magnifique cadeau du vainqueur imposé au vaincu et qui représentera plus de 1.500 millions d'économies par an), l'Allemagne n'aura pas des disponibilités dépassant

(1) *Pour remettre de l'ordre dans la maison*. Paris, 1916.

50 milliards. Cependant, ajoute ce même auteur : « Ne fût-il pas question d'indemnité, les peuples germaniques, devant l'écroulement de leur crédit, seraient dans une situation presque désespérée, du seul fait que les capitaux circulants, déjà en proportion trop faibles avant la guerre, auront presque complètement disparu ».

Il semble pourtant qu'en considérant la richesse globale de l'Allemagne, il soit permis d'espérer qu'on en tirera davantage. M. André Chéradame (1), économiste très compétent en matière de politique étrangère, admet, « quoi qu'en disent certains, que l'Allemagne pourra payer les frais de la lutte qu'elle a déchaînée... En raison de sa responsabilité, l'Allemagne doit déjà à l'ensemble des Alliés une somme colossale qu'on peut estimer globalement entre 250 et 300 milliards. Mais si le crédit de l'Empire allemand est destiné à disparaître le jour de la défaite, les richesses matérielles de l'Allemagne qui sont les plus considérables subsisteront. Elles représenteront bien plus de 300 milliards. Assurément l'Allemagne ne pourra acquitter sa dette fantastique que lentement. Lorsque les moyens de perception des revenus allemands auront été systématiquement étudiés par

(1) *Le plan pangermaniste démasqué,* Paris, 1916.

les Alliés vainqueurs, lorsque ces perceptions de revenus seront assurées..... l'Allemagne pourra parfaitement verser à chacun des grands Alliés vainqueurs environ 2 milliards par an ». Et ces annuités, complétant les premiers versements, serviront de gages à des emprunts grâce auxquels les Alliés, et nous en particulier, échapperont à des impôts écrasants.

Dans un très intéressant rapport présenté à la commission d'études économiques, formée par la Société de géographie commerciale de Paris (1), Ch. Barrez pose quelques chiffres, dans l'hypothèse de l'amortissement d'un capital de 100 milliards en cinquante années. Dans ce cas, le taux d'amortissement étant de 0 fr. 054777, l'Allemagne aurait à payer une annuité de 5.477.700.000 francs.

Les sommes pouvant servir de garantie à l'annuité se décomposeraient ainsi :

		Millions de marks
Suppression des dépenses militaires de l'Allemagne...		1.409
Revenus d'État (Empire et États fédérés) :		
Chemins de fer....................	34 p. 100	8.534
Autres exploitations................	20 p. 100	
Impôts et droits d'entrée............	26 p. 100	
Autres revenus....................	20 p. 100	
Accroissement annuel de la fortune publique........		4.000
		13.943

(1) Société de géographie commerciale de Paris. *Bulletin,* janvier-mars, 1916.

Après les défalcations nécessaires « pour un paiement annuel de 5 milliards et demi, nous avons la possibilité de prendre des gages sur 8 milliards et demi de revenus d'État, chemins de fer, impôts, douanes, postes et télégraphes, ainsi que de porter la main sur 1 milliard et demi d'économies militaires et sur les 4 milliards d'accroissement annuel de la fortune nationale. Ces gages nous garantissent largement, sans aller plus loin, puisqu'ils donnent plus du double de l'annuité envisagée ». M. de Verneuil, syndic honoraire des agents de change de Paris, estime qu'en frappant de taxes les principaux moyens de production et richesses de l'Allemagne, elle « pourra parfaitement supporter une charge annuelle, de 15 à 16 milliards ». L'Allemagne, frappée pendant un long temps, un siècle par exemple, d'une très lourde contribution annuelle, ne pourrait plus songer à nous faire une concurrence déloyale (1).

Il faut prévoir quelques mécomptes, ne serait-ce que dans le chiffre d'accroissement de la fortune publique allemande qui subira une forte dépression. Mais, d'autre part, le contribuable allemand pourra être imposé davantage et il est à présumer que l'Allemagne restera capable de fournir des

(1) *Le Matin*, 7 avril 1917.

annuités correspondant à un capital dépassant 100 milliards.

Toutefois, quand de lourdes taxes frapperont en Allemagne les services publics, les douanes, les chemins de fer, les matières premières, les produits manufacturés, on peut se demander où elle trouvera des disponibilités financières lui permettant de donner un véritable essor à son industrie et à son commerce ? Elle sera dans la situation d'une maison de commerce au lendemain d'une liquidation, aux prises avec des créanciers mal disposés à accepter des propositions aimables.

L'augmentation des frais de fabrication et la diminution de l'exportation. — Comme conséquence, d'autres phénomènes économiques prendront une réelle acuité. De 1903 à 1912, le coût de la vie, d'après le Board of trade (septembre 1913), a augmenté de 30 p. 100 en Allemagne. Quelle sera l'augmentation après la guerre? Inévitablement il en résultera un accroissement des salaires qui aura sa répercussion sur les prix de revient de tous les objets manufacturés et sera un obstacle absolu à la production à bon marché de jadis.

Le commerce et l'industrie allemands seront gravement atteints par le seul fait que la guerre y a fauché une très nombreuse légion de chefs

d'usine, directeurs de comptoirs d'exportation, ingénieurs, chimistes, ouvriers spécialistes, commis-voyageurs dont les connaissances techniques et pratiques, fruits de longues années de travail et d'observations, avaient une valeur inestimable pour la prospérité de la nation. Du même coup l'Allemagne perd une grande partie de l'avance qu'elle avait sur nous.

Les nations alliées, faisant partie de l'Entente, au moyen d'un régime douanier à tarifs différentiels — qui semble indiqué et nécessaire — imposé à l'Allemagne et pays neutres, dresseront des barrières contre les produits d'outre-Rhin, ce qui diminuera dans une large proportion l'importance de l'exportation allemande ; car les achats des nations alliées constituaient une très grande part, plus de la moitié du total (1).

Or, si, comme nous croyons l'avoir montré, une production industrielle intensive était devenue la condition indispensable de la vie économique en Allemagne, par contre, une diminution de production et d'exportation y créera fatalement un état continu de crise sans issue. Une importante diminution des affaires dans une industrie modifie et

---

(1) Le commerce extérieur de l'Allemagne avec ses ennemis actuels représente 55 p. 100 de ses exportations et une proportion presque aussi forte de ses importations.

altère profondément les conditions d'une production précédemment avantageuse. Il faut tenir pour certain que l'avenir de l'Allemagne dépend du maintien de son gros chiffre d'exportations; privée de cette source de profits, on ne voit pas comment elle pourra faire les achats de denrées d'importation nécessaires à la subsistance de son peuple.

Le danger pour l'Allemagne ne serait même pas supprimé par la complicité des États neutres — complicité qui pourrait être entravée par une surveillance sérieuse — car on ne saurait admettre qu'une partie notable des industries allemandes émigrent d'Allemagne, et au cas où des produits allemands passeraient par les mains de neutres intermédiaires, ils arriveraient à destination grevés de commissions augmentant les prix de vente et réduisant leur pouvoir de concurrence sur nos marchés.

On est logiquement en droit de prévoir que les difficultés de la vie sociale seront considérablement accrues en Allemagne; il s'ensuivra une importante diminution de la natalité allemande et une poussée d'émigration considérable de ceux qui voudront échapper aux charges nouvelles changeant complètement les conditions du travail et de la main-d'œuvre. Un nouvel état de choses s'établira très différent de l'état actuel.

La rareté du numéraire et des capitaux rendra presque impossible le système des longs crédits à l'étranger. Or on a vu que les longs crédits attachaient la clientèle étrangère aux produits allemands. Les Alliés sauront prendre des mesures pour que les cartels ne puissent plus se servir de l'arme dangereuse du dumping ou de moyens analogues.

Sans insister sur l'importance du fait — car les affaires sont les affaires et l'argent n'a pas d'odeur — à l'attitude des poings tendus ne succédera pas, d'ici longtemps, l'attitude des mains ouvertes ; la personne même du voyageur allemand, en souvenir des barbaries germaniques, inspirera une répulsion instinctive à la plupart de ses anciens clients ; il aura perdu son prestige d'antan. Le commerçant sera-t-il disposé à recevoir amicalement l'Allemand qui a pu, sur le champ de bataille, frapper à mort son fils ou l'un de ses proches ?

Quel accueil feront aux représentants allemands et aux produits allemands les habitants des pays envahis, longtemps occupés et odieusement saccagés, Belges, Français du Nord, Polonais, Roumains, Serbes, et les anciens prisonniers de guerre des diverses nations qui n'oublieront pas les odieux traitements, les souffrances subies en Allemagne ?

L'Allemagne, vaincue, privée de ses colonies, a cessé d'être, comme disait Gladstone, « un bloc de

granit autour duquel tourne le monde ». Elle ne pourra plus prétendre jouer les grands rôles dans la politique mondiale. L'Empire une fois démembré — ce démembrement est indispensable pour la destruction du militarisme — n'est plus qu'une immense machine démontée, dont le grand ressort est brisé ; la merveilleuse organisation, si puissante alors qu'elle était unifiée et centralisée, dirigée par un seul maître, ne pourra plus communiquer des mouvements à des rouages disjoints. Si nous dotons, en outre, l'Allemagne du régime républicain, les progrès du socialisme, qui ne sera plus contenu par une poigne de fer, feront fermenter des germes de désunion peu favorables à la prospérité commerciale et industrielle.

La mentalité allemande, qui ne sera plus soutenue par les rêves pangermanistes, par la confiance en des destinées providentielles, par des succès qui exaltaient sans cesse ses ambitieuses et orgueilleuses visées, aura perdu les causes mêmes, les raisons d'être de son énergie. Et tous ces motifs de faiblesse s'additionneront.

Il paraît certain que la concurrence allemande, après la guerre, ne pourra plus s'exercer avec une dangereuse intensité, comme précédemment, sur les marchés étrangers, alors que la production, la vente et l'exportation seront soumises à des conditions de réelle infériorité.

Le peuple allemand, après la défaite, ne sera plus le peuple allemand gonflé d'orgueil par le souvenir des victoires de 1870. Dans sa chute, il sera d'autant plus meurtri et découragé qu'il sera tombé de plus haut, handicapé commercialement et désarmé politiquement.

La plupart des auteurs et économistes qui nous parlent des forces économiques de l'Allemagne oublient trop qu'il faut distinguer entre l'Allemagne d'hier et l'Allemagne de demain. On doit en tenir compte. « On peut donc se demander, dit avec raison M. Aspe-Fleurimont, auteur de remarquables rapports sur la défense commerciale (1), si notre lutte économique contre ce pays — peut-être colosse aux pieds d'argile — ne sera pas plus aisée que nous le supposons. Quoi qu'il en soit, il ne faut pas nous laisser prendre au dépourvu et il est nécessaire que le lendemain même de la guerre nous trouve convenablement armés pour soutenir puissamment les œuvres de la paix en défendant par tous les moyens et sur tous les terrains les intérêts de notre travail national, par lequel seul notre pays est appelé à rapidement se reconstituer ».

---

(1) Société de géographie commerciale, Paris, *Bulletin*, janvier-mars 1916. Un programme de réformes économiques.

Le pessimisme est déplacé dans les conjectures que l'on peut se complaire à échafauder. Et il se pourrait bien qu'en raison de la complexité de tous les problèmes économiques, les gens les plus compétents — ou qui se croient tels — aient des surprises. Français et patriotes, c'est un devoir pour nous d'avoir foi dans l'avenir de notre patrie.

Assagis par les cruelles leçons de la guerre, nous deviendrons plus capables de travailler utilement à sa prospérité et à sa grandeur.

Instruits par l'exemple de l'Allemagne, qui démontre avec évidence la puissance, en paix comme en guerre, d'une organisation méthodique adaptée aux besoins des temps présents, nous comprendrons l'urgente nécessité d'organiser toutes les forces intellectuelles, morales, sociales, matérielles de la France, afin qu'elle se prépare des lendemains réparateurs et qu'elle prenne dans le monde la place à laquelle elle a droit (1).

(1) L'étude de l'organisation allemande a pour complément indispensable l'étude de l'organisation française qui fera l'objet d'un autre volume sous le titre : « *La guerre au commerce allemand. L'organisation française* ».

Table des Matières.

Pages

Préface V

I

L'organisation allemande.

La puissance économique de l'Allemagne et ses richesses 5
La population 6
L'émigration 8
Les richesses minières 9
Le commerce extérieur 11
La richesse de l'Allemagne 15

Les causes générales du progrès économique en Allemagne 21
Le militarisme 22
L'esprit d'association 27
L'organisation 28
L'orgueil allemand 31
La mission providentielle 32
L'art des préparations 36
La nature du progrès allemand 38

L'organisation industrielle 40
La science à l'usine 40
Les produits chimiques. Les colorants 42

Pages

- Les verres d'optique 53
- La métallurgie 53
- Les inventions 54
- Les brevets d'invention 56
- L'enseignement professionnel 57
- Les bureaux de placement 62
- Les transports 63
- Les voies navigables 64
- Les voies ferrées 67
- Les tarifs de transports 68
- La marine marchande 70

L'organisation commerciale 75

- Les sociétés industrielles et commerciales 75
- Les cartels 80
- Le dumping 82
- Le commerce d'exportation 86
- Les renseignements commerciaux 87
- L'émigration 89
- L'enseignement commercial 91
- Les employés et voyageurs de commerce 92
- Les procédés de vente 96
- L'imitation et la contrefaçon 96
- La publicité 101

L'organisation financière 104

- La banque allemande 104
- Les longs crédits 109
- L'organisation bancaire pour le commerce extérieur 113

L'organisation agricole 117

- La production agricole 118
- L'enseignement et les progrès agricoles 120

II

Les champs de la bataille commerciale.

Pages

France : La pénétration des produits allemands 129
L'accaparement des mines de fer............. 130
Les produits chimiques et pharmaceutiques. Les industries diverses 134
L'invasion des produits allemands dans les colonies françaises 138

Le commerce de la France avec l'Allemagne. Importations et exportations........................ 144

Le commerce d'exportation dans les pays amis et alliés.................................. 152
Angleterre.................................. 154
Russie....................................... 162
Belgique..................................... 173
Italie 180
États-Unis d'Amérique....................... 191
Canada....................................... 197
Chine 199
Japon 200
Portugal..................................... 201
Roumanie et Serbie.......................... 202
Pays neutres................................. 202

Les conditions nouvelles de la guerre au commerce allemand................................. 204
La puissance de l'Allemagne vaincue.......... 206
La situation financière de l'Allemagne 207
L'augmentation des frais de fabrication et la diminution de l'exportation.................... 214

36.570. — BORDEAUX, IMPRIMERIE Y. CADORET, 17, RUE POQUELIN-MOLIÈRE.

Plus nous avons horreur de la guerre, plus nous devons travailler passionnément à en empêcher le retour, plus nous devons souhaiter vouloir que la paix nous apporte, avec la restitution totale de nos provinces envahies, — envahies depuis hier ou envahies depuis quarante-six ans, — la réparation des droits violés aux dépens de la France ou de ses alliés et les garanties nécessaires à la sauvegarde définitive de notre indépendance nationale.

(*Discours de M. Poincaré, Président de la République, 14 juillet 1916*).

I

LA LIGUE DES PATRIOTES

Son Programme — Son Passé — Son Avenir

Par M. le Bâtonnier CHENU

Avec une Préface de MAURICE BARRES, *de l'Académie française,*
des extraits de discours de PAUL DÉROULÈDE
et les portraits de MAURICE BARRÈS, CHENU, PAUL DÉROULÈDE.

1916. — Un volume in-16 .... **2 fr. 50**

II

Jusqu'au bout — L'après-guerre

Par M. l'Abbé WETTERLÉ

Avec une Préface de MAURICE BARRES, *de l'Académie française.*

1916. Un volume in-16, avec un portrait et une carte ... **2** francs.

III

Ce que l'Allemagne voulait — Ce que la France aura

Le minerai de Briey — La houille de la Sarre

Par M. Fernand ENGERAND
Député du Calvados

Avec une Introduction de M. GABRIEL HANOTAUX, *de l'Académie française,*
et une Préface de MAURICE BARRES, *de l'Académie française.*

1916. Un volume in-16 avec un portrait et une carte.... **2** francs.

IV

LA RIVE GAUCHE DU RHIN ET L'ÉQUILIBRE EUROPÉEN

Par M. Ch. STIÉNON

Avec une Préface de MAURICE BARRES, *de l'Académie française.*

1917. Un volume in-16 avec un portrait et une carte....... **2** francs.

V

LA GRANDE ROUTE

Par FROIDEVAUX
Doyen de la Faculté libre des Lettres de Paris.

1917. Un volume in-16 avec cartes....................... **3** francs

I

Les premières violations du droit des gens par l'Allemagne

LUXEMBOURG ET BELGIQUE

Par Louis RENAULT

Membre de l'Institut,
Professeur de Droit international à la Faculté de Droit de Paris
et à l'École libre des Sciences politiques.
Membre de la Cour permanente d'arbitrage de La Haye,
Ancien président de l'Institut de Droit international.

1917. Un volume in-8 (22 × 14)........................ 2 francs.

II

Les violences allemandes à l'encontre des non-combattants

Par A. PILLET

Professeur à la Faculté de Droit de Paris.

1917. Une brochure in-8 (22 × 14)........................ 0 fr. 75

III

Les Déportations du Nord de la France et de la Belgique

en vue du Travail forcé et le Droit international

Par Jules BASDEVANT

Professeur de Droit international public à la Faculté de Droit
de l'Université de Grenoble.

1917. Un volume in-8 (22 × 14)........................ 2 francs.

IV

L'évacuation des Territoires occupés par l'Allemagne

Dans le Nord de la France

(FÉVRIER-MARS 1917)

Par Paul FAUCHILLE

Directeur de la *Revue générale de Droit international public*,
Membre de l'Institut de Droit international,
Membre correspondant de l'Institut américain de Droit international.

1917. Un volume in-8 (22 × 14)........................ 0 fr. 50

La politique fiscale de la France après la guerre, par ARTHUR GIRAULT, professeur d'économie politique à l'Université de Poitiers. 1916. 1 vol. in-16. **2 fr. 50**

La Question Luxembourgeoise.

La France et le Grand-Duché de Luxembourg, par J. DONTENVILLE, professeur agrégé d'histoire. 1917. 1 volume in-16.......... .... **2 francs.**

La Guerre au Commerce allemand, par NORBERT LALLIÉ, lauréat de l'Académie française et de l'Académie des Sciences. Préface de M. l'Abbé WETTERLÉ, ancien député au Reichstag. — **L'Organisation allemande et ses résultats.** 1918. 1 volume in-16.. **3 fr. 50**

Commentaire théorique et pratique de la loi du 1er juillet 1916 qui a créé une **Contribution sur les bénéfices de guerre,** par CHARLES HOUPIN, rédacteur en chef du *Journal des Sociétés*, et EDOUARD MAGUERO, rédacteur en chef de la *Revue de l'Enregistrement*, directeur honoraire de l'Enregistrement. *Troisième édition*. 1917. 1 volume in-8 .... **12** fr. **85** *franco.*

Le Barreau de Paris pendant la Guerre, par CHARLES CHENU, ancien bâtonnier. 1916. 1 vol. in-16. **1 fr. 50**

Le Centenaire de Georges Herwegh (1817-1917). Poésies et Documents publiés par MARCEL HERWEGH, avec un avant-propos du Dr Georges HERVÉ, professeur à l'Ecole d'Anthropologie de Paris. 1917. 1 volume in-16................ ... **2 francs.**

« De verre pour gémir, d'airain pour résister ».
Victor Hugo.

Chants de Guerre, par JEAN DE VILLODON. 1917. 1 volume in-16...................... **3 fr. 50**

1914-1915. A nos chers Blessés, Poésies patriotiques, par TH. MARY, infirmière de la Croix-Rouge. 1915. 1 volume in-16...................... **1 franc.**

Les conditions du relèvement économique de la France, par JEAN MAITRE, industriel, conseiller général du Haut-Rhin. *Quatrième édition*. 1916. 1 volume in-16 .... **1** franc.

Commentaire pratique de la loi Dalbiez
(Loi du 17 août 1915), *avec les réponses du Ministre de la Guerre aux Questions écrites des Parlementaires*, par UN RÉDACTEUR AU *RECUEIL SIREY*. 1916. 1 volume in-8 écu .... **3** francs.

A propos de l'Impôt sur le revenu

Personnes assujetties et Revenu imposé, par ADRIEN CARPENTIER, professeur adjoint à la Faculté de Droit de Paris, avocat à la Cour d'appel. 1916. 1 vol. in-8.. **2** fr. **50** *franco*.

“ Qui peut payer doit payer ”
Discours de M. ARISTIDE BRIAND, *Président du Conseil*
(Sénat, 22 décembre 1915)

Le Moratorium des Loyers, par LOUIS AZÉMA, avocat à la Cour d'appel, juge de paix suppléant du XVe arrondissement, et ANDRÉ GUINARD, huissier au Tribunal civil de la Seine. 1 brochure grand in-8.. **1** franc.

L'administration dans l'Armée, par le GÉNÉRAL X***, ancien élève de l'Ecole Polytechnique. 1 brochure in-8.. **4** francs.

La situation économique de l'Allemagne après un an de guerre, avec le texte traduit des principaux décrets allemands (Extrait de la *Revue d'Économie politique*, année 1915). 1915. 1 brochure grand in-8.......................... **2** francs.

Les Sociétés coopératives de consommation, par CHARLES GIDE, professeur d'Economie sociale à la Faculté de Droit de Paris. *Troisième édition, revue et augmentée*. 1917. 1 volume in-18 cartonné.................. 7 fr. **50**

4e ANNÉE 1917-1918

COMITÉ MICHELET

ALLIANCE UNIVERSITAIRE FRANÇAISE

SOCIÉTÉ D'ÉDUCATION NATIONALE PAR L'HISTOIRE

Bulletin d'Études Historiques, Politiques et Sociales paraissant tous les mois.

— « *Si l'on voulait entasser ce que chaque nation a dépensé de sang et d'or et d'efforts de toute sorte qui ne devaient profiter qu'au monde, la pyramide de la France irait montant jusqu'au ciel...* ». (MICHELET).

— « *Après le pain, l'éducation est le premier besoin du peuple* »

(DANTON, à la Convention, 13 août 1793).

COMPOSITION DU BULLETIN MENSUEL

ÉTUDES HISTORIQUES : Explication des événements actuels par l'histoire.

LES LEÇONS DE L'HISTOIRE : L'expérience du passé appliquée aux questions actuelles. — Le *trésor des traditions historiques exploité pour la préparation de l'avenir.*

CHRONIQUE : Action du *Comité;* — ses *Conférences ;* — ses *Comités locaux ;* -- son histoire et les résultats de sa propagande.

BIBLIOGRAPHIE : La lecture à la ville et au village ; — Comptes rendus ; — Indication des livres à lire et des passages à signaler ; — Constitution d'une *Bibliothèque historique, politique et sociale.*

LE NUMÉRO : 50 CENTIMES

ABONNEMENTS : un an, 5 francs. — Étranger, 6 francs.

SIÈGE SOCIAL : 87, RUE SAINT-LAZARE. PARIS

On s'abonne au Bulletin

LIBRAIRIE

DE LA SOCIÉTÉ DU

RECUEIL SIREY

Anne Mon LAROSE ET FORCEL

LÉON TENIN, Directeur

22, Rue Soufflot, PARIS-5e

36.570. — Bordeaux, imprimerie Y. Cadoret.

36.570. — Bordeaux, Imprimerie Cadoret, 17, rue Poquelin Molière.